Uma proposta de experimentação transmídia

Tcharly Magalhães Briglia
Dilson Alves de Souza Reis Júnior
Tainan Maria Barbosa de Souza Piantavinha
Betânia Maria Vilas Bôas Barreto

Ilhéus-BA

editus

Editora da UESC

2018

AGRADECIMENTOS

A Deus, por nos guiar em todas as travessias da vida, orientando-nos a seguir um caminho pleno de conhecimento, bons sentimentos e caráter.

Às nossas famílias, por todo amor, sacrifício e dedicação, bem como pelos incentivos, estímulos e esforços.

Aos professores do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), por todos os conhecimentos e ensinamentos compartilhados, essenciais para a nossa jornada.

À coorientadora do projeto, professora Karen Ramos, pela confiança, estímulo, dedicação plena e amizade mútua.

À escritora e autora de novelas Thelma Guedes, pelo carinho e atenção dispensados ao projeto, e por ter contribuído com a escrita do livro.

À Débora Garcia, gerente de Conteúdo e Mídias Digitais do Canal Futura, pelo incentivo, amizade e dedicação ao projeto como um todo.

À equipe de técnicos da UESC, que sempre se disponibiliza a ensinar e a orientar os estudantes durante o processo de aprendizagem prática do curso.

Aos nossos entrevistados e apoiadores, pela parceria estabelecida, primordial para a realização do trabalho.

Aos amigos e colegas que contribuíram de modo direto e indireto para a execução de todas as etapas.

À professora Rita Argollo e ao professor Rodrigo Bomfim, pelas preciosas contribuições como pareceristas da Banca Avaliadora do projeto.

Ao amigo André Libonati, pelas dicas, ações e apoio dado ao longo de todo o processo de produção de **PROGRAME-SE**.

*O tempo não para. Como sabemos, essa é uma "lei" universal que serve para tudo: seres, ideias, coisas. Nada fica igual para sempre. Por isso, é surpreendente observar a apreensão com que, às vezes, fala-se do processo de transformação da televisão. Como se tal tecnologia de transmissão pudesse permanecer estática. E não tivesse que ser, em algum momento, ultrapassada. "**PROGRAME-SE**" é um estudo que encara a evidência de que a televisão mudou, está mudando e vai mudar mais e mais.*

THELMA GUEDES

RESUMO

A obra apresenta o processo de produção e a pesquisa teórica do projeto PROGRAME-SE, proposta transmídia desdobrada em um documentário, uma *websérie* e um *e-book*, apresentada como trabalho de conclusão de curso da graduação em Comunicação Social (Rádio e TV), da Universidade Estadual de Santa Cruz, no semestre 2015.2. O projeto centra-se na análise dos impactos da convergência midiática na linguagem e na produção de conteúdos para a televisão brasileira, bem como no comportamento do público contemporâneo. As discussões traçam um panorama acerca das tendências e perspectivas para o futuro da televisão em meio à ascensão de outras mídias.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão. Convergência. Transmídia.

SUMÁRIO

PREFÁCIO

Brasil, 1977.

CASA (SALA DE ESTAR) – INT – TARDE

Ruídos indistintos de TV ligada ao fundo. Da rua ouvem-se gargalhadas de crianças que parecem brincar livremente de pega-pega ou esconde-esconde. Na sala de estar, uma garotinha de seus oito anos de idade está sentada no sofá olhando hipnotizada para a tela da TV. Só há três canais disponíveis e pouquíssimos espaços para o que se pode chamar de programação infantil. Mesmo assim, naquela tarde, ela vê desenhos produzidos pelos estúdios Hanna-Barbera. Uma voz feminina a interrompe. É sua mãe que a está chamando para o lanche da tarde.

D. ELZA (mãe)

Seu Nescau tá pronto. Trouxe pão fresquinho da padaria. Já, já, esses seus desenhos acabam e vai entrar a minha novela. Hoje eu não perco o capítulo por nada. Vem lanchar que depois você tem que terminar o dever, hein? E nada de bisbilhotar minha novela. Não é assunto para criança.

JULIANA (filha)

Respondendo à mãe com resmungo:

Mas mãe, hoje nem tenho lição de casa. Deixa eu ver um pouquinho mais, por favor.

D. ELZA (mãe)

Muda o tom e mostra ligeira irritação na voz:

Televisão é coisa para adulto, Juju. Já te falei mil vezes. Esse espacinho de tarde que eu te deixo ver desenho é para me dar um tempo para terminar de limpar a casa e começar a preparar o jantar. Além do mais, olhar muito para essa tela faz mal para saúde. Ouvi dizer que tem criança tendo vertigem e dor de cabeça de tanto ver desenho. É coisa para adulto mesmo, filha, entenda.

Juliana faz cara de decepção, levanta-se, desliga a TV e vê a imagem preto e branco se dissolver aproximando-se do centro da tela. Ela sabe que é mesmo hora de lanchar e depois cumprir com seus deveres de estudante da segunda série primária.

Brasil, 2016.

APARTAMENTO (quarto da criança) – INT – NOITE

Uma criança de aproximadamente cinco anos tem em mãos um Ipad. Digita a senha de segurança que memorizou ao ver seus pais repetirem aquele gesto inúmeras vezes. Toca o ícone do YouTube e vê surgir uma playlist de tutoriais em que outras crianças ensinam como brincar de massinha (Play-doh). Um dos vídeos que ela clica e começa a assistir foi feito por uma menina de não mais que 12 anos, nordestina, em sua própria casa, com seu celular no modo "selfie". A duração é de 07 minutos e tem até trilha sonora incidental. As captações da imagem e do áudio não deixam a desejar, e o conteúdo ensinado é imediatamente absorvido, sendo posto em prática na sequência.

Enquanto assiste ao tutorial, a garotinha tem em mãos dois potes de massinha colorida e vai imitando o que vê na tela do Ipad. Ao terminar, pede para a mãe segurar o gadget para que ela própria grave seu vídeo, ensinando o que acabou de aprender.

LAURA (garotinha)

Mamãe, olha só como é que você faz comidinha de massinha! Quer ver como eu faço? Segura o *Ipad* para mim e vê só como eu já sei fazer.

DANI (mãe)

Laura, você tá nesse *Ipad* desde que chegou da escola. Para um pouco, filha. Vai brincar de outra coisa. Eu chego cansada do trabalho, abro a porta do seu quarto e já te vejo fissurada de novo nessa tela. Assim não dá. É muito vício para uma garotinha tão pequena como você.

LAURA (filha)

Mas isso é brincadeira, mamãe. Só mais um pouquinho, vai. Faz esse vídeo aqui comigo! E depois manda para a vovó. Tô com saudade dela. Quero fazer esse vídeo e dar um tchau especial para ela. Tô com muita saudade, desde o Natal a gente não se vê...

DANI (mãe)Tá bom. Mas depois disso é banho, escovar os dentes e cama, ok?

No sofá, mãe e filha se divertem enquanto brincam de gravar o vídeo tutorial sobre massinha usando a câmera de gravação do Ipad. Logo após, mandam o arquivo para a vovó via WhatsApp, além de postá-lo no canal personalizado da pequena Laura no YouTube. Até aquele dia, a menina contabilizava 313 inscritos e 912 visualizações de sua última postagem: um vídeo de 3 minutos sobre como fazer papinha "fake" com água e amido de milho para sua bebê-boneca.

Talvez seja preciso recorrer a Zygmunt Bauman para iniciar esse prefácio: vivemos mesmo na era da modernidade líquida. E o que exatamente isso tem a ver com o propósito dessa publicação? Possivelmente o fato de se tratar de um conjunto de relações e instituições que se impõe e que dá base para o que nomeamos como contemporaneidade. Portanto, uma época de ampla fluidez, de súbita volatilidade, de uma incerteza sem

precedentes históricos e, sobretudo, de insegurança. No sentido mais amplo que esse termo possa abarcar. Tudo aquilo que entendíamos no passado como sendo rígido, fixo, previsível, estruturado, passa a ser dominado pela égide do consumo, do gozo e de uma certa artificialidade das relações e das produções humanas.

É bem possível que nesse contexto de pisar em placas tectônicas em movimento, quando olhamos ao redor e nem sempre reconhecemos o que vemos, somos capazes de nomear os fenômenos que nos cercam ou predizer o que virá pela frente nas próximas 24 horas, que essa modernidade fluida se instaura. Há vertigem envolvida sim, mas também há o frisson pelo novo, pelo inusitado, por aquilo que nunca antes foi explorado.

Não sem ruir conceitos, pôr à prova padrões morais, éticos e estéticos. Não sem *entortar à força a curva do horizonte*, como pôs em poema o lusitano Fernando Pessoa. Não sem retirar de nossas mãos as lentes pelas quais estávamos acostumados a decifrar o mundo, a esmiuçar nossos pares, a compreender nossas instituições, nossas formas de ser, fazer, pensar, criar, viver.

As duas cenas de ficção que abriram esse texto, e foram lá colocadas de forma intencional, tentam, singelamente, ilustrar essa transformação de algo em estado sólido para líquido. Intencionam sinalizar como essa avalanche de novas referências e paradigmas está diante de nosso dia a dia, forjando novas formas de nos relacionar e novas formas de consumir, por exemplo, conteúdos audiovisuais. Esses nossos velhos conhecidos. Mas com roupagens tão novas e sem precedentes que nos faltam um ferramental para entendê-las e, quiçá, degustá-las em toda a sua plenitude.

Sim, é disso também que se trata esse trabalho acadêmico tão bem delineado por Tcharly Briglia, Dilson Reis, Tainan Piantavinha e Betânia Vilas Bôas. Trata-se de um desafio pra lá de ousado que foi construído por esses quatro estudiosos da Comunicação, que decidiram, de forma contemporaneamente alinhada com seu tempo, falar de uma das instâncias mais identitárias e definidoras de uma sociedade, ou mesmo nação, que

é exatamente a forma (ou as formas) pela qual se comunica, produz informação, entretenimento e conteúdos que moldam nossas formas no mundo.

O que primeiro se nota no texto escrito a várias mãos é o rigor acadêmico somado à vivacidade investigativa desses quatro pesquisadores natos. Daqueles que decidem viver na pele aquilo que pesquisam, indo muito além das bibliotecas tangíveis e virtuais onde se depositam conhecimento acumulado, escolhendo "fazer" o que "estudam" enquanto "investigam" o que fazem.

Se na leitura do trabalho sabemos mais sobre o conceito de segunda tela, eu ousaria dizer que esses jovens pesquisadores baianos deram vida a um outro conceito aqui inventado: o de **segunda pele**. Aquela roupa quase transparente que se sobrepõe à nossa camada dérmica e que se confunde um pouco com quem a veste. Em outras palavras, os autores de **"Programe-se: uma proposta de experimentação transmídia"** levam à risca a sua proposição e experimentam na própria pele não só o consumo midiático, mas também a produção midiática. Não só a reflexão sobre, mas a *práxis* que se constrói como possibilidade de análise, de imersão, de extensão da própria condição de estar no mundo. Mundo esse, aliás, transmidiático.

E, por essas escolhas, o que poderia ser somente um texto acadêmico bem acabado desdobrou-se num documentário, num *e-book* e num programa *on-line*.Tudo-ao-mesmo-tempo-agora. Numa espécie de *antena-parabolicamará* de seu tempo e lugar. *Porque em cima do guarda-chuva tem a chuva, tem a chuva*. Num eterno maracatu atômico de múltiplas e sonoras vozes.

Quando o texto nos convida a refletir sobre a "hipertelevisão", nessa escrita introdutória eu faria o convite oposto, para que possamos dar espaço para a *hipotelevisão*, para a *hipocomunicação*. Não. Definitivamente, não sou uma desiludida com as novas mídias e as novas formas narrativas audiovisuais. Pelo contrário. Faço disso minha paixão diária, profissional e um tanto pessoal. Mas o convite aqui é para experimentar opostos

e, nessa contracorrente, encontrar ferramentas para entender o que se delineia diante de nossos olhos.Num só golpe, morder e assoprar!

Se a contemporaneidade pede que tudo aconteça ao mesmo tempo, que o próprio tempo se desdobre, se multiplique, se agigante em múltiplas telas e múltiplas formas de consumo de um mesmo conteúdo, o que traria de transgressão para o exercício do pensar justamente a possibilidade de experimentar um certo enxugamento de janelas, focalização de conteúdos, redimensionamento de variáveis? Um convite para ousar degustar o que é minimalista, sutil, que acontece nas entrelinhas, entre uma zapeada e outra, entre uma mensagem de *WhatsApp* e o recebimento de uma mensagem no *Facebook*? Entre um *post* no *Twitter* e um videoclipe feito caseiramente no *Musical.ly*?

Deu vertigem? Achou que foi demais? Talvez as novas narrativas, os novos fluxos de *narrowcasting* propostos pelos autores deste trabalho tenham seu lugar de nascimento justamente nessas experiências que alternam imersão e reclusão. Que fazem um chamado para vestir a segunda pele e experimentar, vez por outra, um exílio voluntário da avalanche de informações que nos assola diariamente para poder ganhar fôlego, ampliar as perspectivas da mirada panorâmica e alcançar distanciamento saudável de análise.

Afinal, como o próprio título dessa obra transmidiática sugere, antes de mais nada: **programe-se**. Traga para suas mãos. Prepare-se. Fique de prontidão. O futuro não é senão aquilo que vislumbramos. Mesmo que esse vislumbre se dê diante de uma tela, do tamanho e resolução que for, mais perto de você.

DÉBORA GARCIA

Gerente de Conteúdo e Mídias Digitais
do Canal Futura

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

A televisão exerce um fascínio que perdura há décadas no Brasil. O encantamento e as grandes audiências alcançadas por esse veículo estão atrelados à sua característica de meio de comunicação massivo, com alto poder de influência ao longo de todo o século XX e até a contemporaneidade, especialmente na sua modalidade comercial. Dificilmente, alguém, na década de 1950, no início das transmissões televisivas no país, arriscaria dizer que a TV se tornaria tão importante para a consolidação de uma identidade nacional, para os caminhos políticos e para a vida cotidiana de cada brasileiro. Amada por muitos e odiada por outros tantos, a televisão tem desempenhado um papel de grande poder, seja como alternativa de acesso à cultura e às informações sobre o mundo, seja como instrumento das grandes corporações que buscam induzir hábitos de comportamento e consumo.

Novelas, jornais, programas de auditório, eventos ao vivo, produções de alto nível e também atrações de qualidade questionável são alguns dos elementos que compõem o universo da TV no Brasil. Ao longo dos últimos anos, no entanto, notam-se transformações substanciais no modo de o público lidar com os conteúdos. Novos hábitos de consumo e uma maior variedade de atrações em múltiplas plataformas têm feito a televisão repensar seu lugar de meio predominante, compartilhando o espaço com outras mídias, em um movimento de confluência.

Programe-se é, assim, um projeto transmidiático que aborda como a convergência de mídias tem influenciado as transformações nas estratégias de produção e narrativas audiovisuais, na perspectiva dos profissionais da TV brasileira, aberta e fechada. Parte-se da ideia de que a convergência tem impactado as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), com desdobramentos no âmbito das produções televisuais. A proposta é centrada na realização de um documentário, um programa

on-line em formato de *websérie* e um *e-book*. O público-alvo é formado por espectadores, pesquisadores e profissionais da TV; estudantes de Comunicação; bem como jovens e adultos em geral, usuários de redes sociais e de outras plataformas.

A experiência de ver TV tem se transformado, nos últimos anos, por conta da ascensão de outras tecnologias, especialmente a internet. O aparelho de TV saiu do centro da sala de estar e ganhou outros espaços. Novas telas proporcionam uma maior interação entre o público e os conteúdos apresentados. Já está se tornando comum comentar, nas redes sociais, o que se vê na televisão. Os níveis de interação do público com os conteúdos são diferentes, haja vista que muitos já assistem à programação ao mesmo tempo em que acessam o celular e o computador. Diante das formas atuais de consumo dos produtos televisivos, a TV está, assim, em uma fase de transição, frente ao crescimento dos serviços de vídeo *on demand*, tais como o YouTube[1], o Vimeo[2], o Dailymotion[3], o Netflix[4] e outros.

De acordo com uma pesquisa realizada pela AdReaction e conduzida pela Millward Brown em 37 países, o brasileiro se utiliza mais das múltiplas telas do que a média global[5]. Os

---

[1] Site de compartilhamento de vídeos criado em 2005 e tido como o mais popular do gênero. O YouTube permitiu que usuários de todo o mundo criassem seus canais e divulgassem seus próprios conteúdos. O nome do site é uma junção do pronome inglês You — que significa "você" — com o termo Tube — uma gíria referente à televisão. Ou seja: *Your Television* (em português, "Sua Televisão").

[2] Fundado em 2004, por Zach Klein e Jakob Lodwick, o Vimeo é um site de compartilhamento de vídeos que permite *downloads* e *uploads*. O nome do site é formado por um jogo de palavras com os termos Video — que significa "vídeo" — e Me —"eu".

[3] Site francês, criado em 2005, que disponibiliza vídeos com os mais variados conteúdos.

[4] Com base em Teixeira Jr. (2015), o Netflix é um licenciador de filmes e séries das principais emissoras de TV e estúdios do mundo, criado por Marc Randolph e Reed Hastings. Surgiu em 1997 como uma locadora de vídeos marcada pelo diferencial de enviar os filmes via correio. Na primeira década do ano 2000, passou a se dedicar à oferta de conteúdos *on demand* e, atualmente, apresenta crescimento ascendente de usuários em vários países do mundo, além de investir em conteúdos originais.

[5] A pesquisa considerou a TV, o *laptop*, o *smartphone* e o *tablet* como as quatro principais telas em uso na contemporaneidade. O resultado comprovou o alto índice de uso no Brasil, que dedica mais tempo por dia às telas do que a média global: 474 minutos no Brasil vs. 417 minutos na média global. Na ordem de utilização, o *smartphone* e o *laptop* ficam, respectivamente, em primeiro e segundo lugar, seguidos pela TV e pelo *tablet*. Redação News, 10 nov. 2014. Disponível em: <http://www.adnews.com.br/midia/brasileiro-gasta-mais-tempo-por-dia-em-telas-do-que-a-media-global>. Acesso em: 29 nov. 2014.

programas televisivos, muitas vezes, ocupam os *trending topics*, a lista de assuntos mais comentados do Twitter[6]. Nesse cenário, há a preocupação dos anunciantes com a possível transformação dos rumos da programação televisiva, caso a grade convencional perca espaço.

A análise de como esse público está sendo percebido, na configuração atual, é feita, nesta obra, a partir da revisão do conceito de espectador. Vale ressaltar que não se trata de uma pesquisa voltada para a teoria da recepção. Trabalha-se, neste projeto, com o sujeito da interação e o modo como profissionais da televisão comercial aberta e fechada percebem o consumo dos produtos televisivos. Além do conteúdo das entrevistas, foi realizada uma investigação, por meio de uma pesquisa bibliográfica, exploratória e de campo.

Por se tratar de uma proposta experimental, no que concerne à aplicabilidade do conceito de transmídia, o projeto é centrado em três produtos: um documentário, espinha dorsal de todo o processo, focado, em linhas gerais, nas discussões sobre as transformações no modo de fazer TV; um programa *on-line*, que aborda áreas fundamentais na produção televisiva, tais como o telejornalismo e o entretenimento; e um *e-book*, com a síntese dos principais conceitos trabalhados na pesquisa.

Este livro está dividido em quatro capítulos. No primeiro, aborda-se a fase de pré-produção, desde o surgimento da ideia até a finalização do processo de planejamento. Do ponto de vista teórico, trabalhou-se com autores como Lévy (1999; 2004); Machado (2001; 2014); Scolari (2008; 2014) e Jenkins (2009; 2014).

Já a segunda parte concentra-se na descrição da fase de produção, a partir de conceitos discutidos por Penafria (2001), Bernard (2008), Puccini (2009) e Lucena (2012). É o momento de aprofundamento no processo de gravação e escrita de cada conteúdo produzido.

---

[6] Rede social com milhões de usuários em todo o mundo, marcada pelo formato de um *microblog* (pequeno diário na internet) que limita a 140 caracteres os recursos para uma publicação. Tem sido um espaço importante para espectadores manifestarem suas opiniões sobre os conteúdos audiovisuais e interagirem com produtores e outros usuários da rede e consumidores de mídia.

O terceiro capítulo, por sua vez, discorre sobre a etapa de pós-produção audiovisual, incluindo todos os estágios básicos de edição, sonorização e finalização. Para essa parte, foram utilizados autores como Bonasio (2002); Azevedo e Conci (2003); Murch (2004); Rodríguez (2006); Aragão (2006) e Zettl (2011).

O quarto capítulo corresponde ao conteúdo textual do *e-book*, que, embora tenha sido feito com o intuito de ser disponibilizado em plataformas digitais, agrega-se a essa obra por conta da sua importância conceitual para a compreensão das discussões aqui empreendidas. Há, desse modo, a exposição de um cenário teórico que percorre os elementos basilares da pesquisa, desde a definição de cibercultura até a compreensão da hipertelevisão.

A análise de fenômenos como os que serão expostos ao longo desta obra centra-se em um âmbito específico relacionado à televisão. Sabe-se que uma parte considerável da população brasileira ainda não tem acesso a muitos desses recursos que estão sendo discutidos, o que dificulta a sua participação. É importante, contudo, estimular discussões como essa no sentido de enriquecer o debate sobre a democratização dos meios de comunicação e quem sabe até, utopicamente, pensar em uma sociedade com acesso midiático irrestrito.

A abordagem aqui realizada pode contribuir para a melhor compreensão dos aspectos que interferem na relação entre o público e o meio de comunicação de massa mais influente na sociedade brasileira[7]. De igual modo, a pesquisa provoca reflexões acerca da convergência das mídias, das novas narrativas e das inúmeras formas de interatividade, em uma realidade em que a informação e o conhecimento estão sendo cada vez mais compartilhados.

Vale destacar que esta obra é o resultado da realização do trabalho de conclusão de curso, de mesmo título, apresenta-

[7] Conforme dados da Pesquisa Brasileira de Mídias (BRASIL, 2015), o percentual de brasileiros que assiste à televisão é de 95%. Em média, a população fica diante da TV em torno de 4h30min por dia, de segunda a sexta; já aos finais de semana, o tempo médio é de 4h14min. A maior exposição acontece no período das 18h às 23h. Nos finais de semana, há um pico de audiência no período vespertino.

do à banca avaliadora do curso de Comunicação Social (Rádio e TV), da Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-Bahia), em 26 de fevereiro de 2016. A banca, composta pelos professores doutores Rodrigo Bomfim Oliveira, Rita Virginia Alves Santos Argollo e Betânia Maria Villas Bôas Barreto — orientadora do projeto —, aprovou o trabalho, recomendando-o para publicação. Desse modo, o livro tem o papel de difundir ainda mais a pesquisa, suscitando discussões pertinentes para uma área de estudo em ascensão.

PRÉ-PRODUÇÃO

Na pré-produção[8], estágio inicial de um projeto audiovisual, a equipe inicia o trabalho a partir de uma ideia. Tudo que for necessário para que o projeto ocorra de modo adequado deve ser providenciado. Trata-se, assim, de uma fase anterior às filmagens (PENAFRIA, 2001), centrada no desenvolvimento do assunto que será abordado. Nesse momento, decidem-se elementos como a pesquisa sobre o tema, o perfil dos personagens ou entrevistados — a depender do produto em questão —, a criação da identidade visual e a elaboração de um cronograma, com datas e ações a serem cumpridas, correspondente a uma parte do projeto executivo[9].

Em meio a esse processo, há também o agendamento das gravações e o acerto de demandas de ordem prática, como transporte, hospedagem e alimentação da equipe durante o período de produção. A escolha dos componentes da equipe é, inclusive, crucial para o sucesso de um produto. É também nesta fase que se executa a escrita do pré-roteiro ou do roteiro completo, sendo essa escolha determinada pelo tipo de projeto em desenvolvimento, seja uma obra ficcional, seja um documentário.

Embora as etapas de pré-produção desempenhem função primordial para um trabalho audiovisual, é importante considerar que é na interdependência entre as fases de produção que reside o segredo de uma obra de qualidade. O planejamento bem conduzido proporciona uma gravação satisfatória e permite a concretização da ideia no processo de pós-produção.

[8] SALLES, Felipe. Etapas da produção. In: **Apostila de cinematografia**. Disponível em: <http://goo.gl/zWk9Bn>. Acesso em: 26 ago. 2013.

[9] Projeto que reúne as informações referentes ao tema, objetivos, justificativa, sinopse, argumento, orçamento, cronograma e cotas de investimento, geralmente apresentado a patrocinadores e apoiadores em potencial. A produção executiva também é responsável pela captação e gerenciamento de recursos financeiros, bem como pela supervisão geral dos aspectos legais e burocráticos de uma produção.

A fim de atingir os objetivos propostos, o projeto **Programe-se** realizou todos os estágios típicos do período de pré-produção.

1.1 A ideia

Os realizadores sempre tiveram muito interesse nas temáticas ligadas à televisão. Percebendo-se, então, as modificações pelas quais a TV tem passado, com a ampliação das possibilidades de interação com o público, iniciou-se um estudo no fim de 2014. A princípio, a atenção dirigiu-se para o conceito de narrativa transmídia, que será desdobrado em tópicos específicos desta obra.

Por se tratar de um aspecto de um universo ainda mais complexo, que é a convergência das mídias, uma análise como essa teria que discutir também, ao menos parcialmente, fenômenos diversos, como a segunda tela, a *social TV*, entre outros. O gênero escolhido para dar conta dessa discussão foi o documentário, uma vez que a representação ficcional poderia não contemplar apropriadamente certas discussões, dada as limitações teóricas, práticas e temporais de um trabalho de conclusão de curso.

Assim, em janeiro de 2015, decidiu-se produzir um documentário cujo fio da meada seria um grupo de entrevistas realizadas com profissionais envolvidos em cadeias produtivas da televisão nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. O deslocamento para outros estados e cidades justificou-se pela necessidade de ouvir o ponto de vista de quem trabalha diretamente com TV nas principais emissoras e produtoras do país, responsáveis por experiências audiovisuais mais divulgadas e representativas dos fenômenos aqui discutidos.

Ao longo do processo, a equipe decidiu ampliar a esfera de atuação do projeto e experimentar a aplicabilidade do conceito de transmídia, transformando-o em uma proposta transmidiática, centrada na produção de um documentário, um programa *on-line*

composto por uma websérie de dez episódios e um *e-book*. Desse modo, seria possível traçar com mais precisão as características da televisão contemporânea e futura, promovendo, assim, um estudo teórico-prático sobre o impacto da convergência midiática na televisão brasileira.

1.2 A pesquisa: principais conceitos

Foi realizada, inicialmente, uma pesquisa bibliográfica qualitativa, objetivando a cobertura de temas ligados à convergência, à emergência das mídias sociais e à interatividade entre produtores e consumidores. A cultura da convergência é aqui entendida como um fenômeno decorrente da transformação cultural e tecnológica, proporcionada pela relação entre as chamadas "novas" e "velhas" mídias (JENKINS, 2009), e o fluxo de conteúdo veiculado nas diversas plataformas midiáticas, que tem proporcionado um diálogo maior entre os diversos meios de comunicação, como o rádio, a televisão e a internet.

No âmbito da teoria dos meios, representada por Kerckhove (1997), a televisão concretiza a convergência por conta da grande oferta de opções interativas, que vão desde o controle remoto à gravação e produção de vídeos, passando pela videoconferência. A realidade atual já evidencia novos caminhos, como a programação personalizada dos telespectadores, que se agrupam em audiências segmentadas.

Um dos elementos típicos da cultura da convergência é a narrativa transmídia (JENKINS, 2009) compreendida como uma história que se desdobra em várias mídias. Nesse tipo de projeto, as estratégias de produção e distribuição de conteúdo valorizam a condição da audiência como produtora de conteúdo, criando vínculos narrativos com os produtos. Há, assim, a formação de uma cultura participativa (JENKINS, 2009; 2014), a partir da qual os espectadores têm mudado de comportamento diante das mídias, assim como buscam participar mais ativamente das produções

audiovisuais, a partir de uma relação marcada pelo engajamento induzido ou espontâneo. Vive-se, assim, uma etapa de transição de um modelo de transmissão unidirecional para uma forma de participação com múltiplas telas e muitas possibilidades de escolha nos atos de consumo de mídias.

No que compete à interatividade, optamos pela definição encontrada em Primo (2007), tendo em vista a aproximação do conceito com os objetivos do trabalho. Segundo o autor, a interatividade está voltada para a relação menos unidirecional entre o emissor, a mensagem e o usuário, que deixa de ser mero receptor e passa a participar do processo comunicacional de modo enfático. Variadas, as formas interativas são compreendidas a partir do relacionamento entre os interagentes — os participantes da interação mediada pelo computador.

Quanto à interação entre a TV e seu público, Machado (2001; 2014) propõe o surgimento de uma categoria denominada *interator*, que, diferentemente do espectador tradicional, participa dos ambientes de interação e exige experiências com maiores níveis de mobilidade, como a composição da sua própria grade de programação e a criação de maneiras particulares de interlocução com os conteúdos. Gera-se, assim, um ciclo de retroalimentação, conhecido como *feedback*. Também estudado por Martino (2014), o *feedback* é visto como um mecanismo de resposta do público diante dos conteúdos que lhe são apresentados. Ainda sobre interação, recorremos a Lemos (1997), que discorre sobre os tipos e níveis de interatividade, e a Montez (2005), que aplica essa discussão ao universo televisivo. Johnson (2001), por sua vez, analisa a importância da interface, vista como uma espécie de tradutor que estabelece a medição entre usuário e máquina.

Observa-se também que os níveis contemporâneos de interação são diferentes, haja vista que muitos já assistem à TV ao mesmo tempo em que acessam o celular e o computador, na prática denominada de *social TV* (PROUX; SHEPATIN, 2012), evidência da relação que há entre a televisão e as múltiplas plataformas midiáticas. Esse desvio de atenção, na hora das postagens,

pode causar um efeito de distanciamento. Daí o fato de algumas emissoras já desenvolverem aplicativos específicos que buscam manter a audiência engajada na atração exibida, com uma camada paralela de conteúdo, definida por Proux e Shepatin (2012) como *second screen* (em português: "segunda tela"). A experiência da segunda tela é semelhante ao *zapping* (MARQUIONI, 2014), o ato de mudar de canal nos intervalos ou quando as atrações perdem o ritmo e desinteressam o telespectador.

Castells (2002) também destaca o caráter transformador e revolucionário da convergência tecnológica, que tem modificado o relacionamento do público com os meios de comunicação. Embora reconheça o impacto social da televisão, o autor defende que as "novas" tecnologias absorvem as práticas anteriores e as ressignificam, ampliando a dimensão das expressões culturais e criando redes de interação. Santaella (2003) também discute a revisão do conceito de público passivo e questiona os limites do fluxo unidirecional da TV. Nesse sentido, a programação costumeiramente linear, em formato de *broadcasting*[10], vai dando espaço para grupos segmentados em um fluxo de *narrowcasting*, isto é, mais voltado para públicos específicos. Essa característica de programação segmentada, que ganhou fôlego com o crescimento dos canais de TV por assinatura na década de 1990, no Brasil, tornou-se mais produtiva a partir da popularização dos serviços de vídeo *on demand*[11].

Lévy (1996; 1999; 2004), por sua vez, apresenta os elementos básicos da cibercultura, composta pelas práticas dos sujeitos conectados que interagem pela rede de computadores. Fazem parte desse cenário as memórias e informações compartilhadas pelas pessoas conectadas, os programas e instruções referentes ao computador, as interfaces que permitem interações e acesso a dados, e a codificação digital. O autor também

[10] Transmissão comum utilizada pelas grandes emissoras, marcada por um fluxo de mão única, direcionado a um grande público.

[11] VOD (*Vídeo on Demand*): serviço, pago ou gratuito, que permite ao usuário o acesso virtual a conteúdos audiovisuais, na hora desejada, por meio da televisão ou de outros dispositivos eletrônicos.

conceitua o ciberespaço, uma rede de interconexão digital que permite a interação entre computadores e usuários, potencialmente formadores da inteligência coletiva, isto é, o conjunto de conhecimentos compartilhados por meio da interação entre os indivíduos pertencentes à comunidade virtual.

A pesquisa também teve como base Scolari (2008; 2014), estudioso das teorias da hipermediação e da transmidiatização, que, depois de analisar as fases anteriores da televisão[12], identificou uma terceira fase da TV, cunhada como "hipertelevisão" e marcada por fatores específicos, como as novas formas de interação entre o público, os conteúdos e as mídias digitais, delimitadoras de um novo paradigma.

Keen (2009) contribui para os debates ao levantar questionamentos acerca do lugar dos comerciais, quando o indivíduo passa a assistir aos programas onde e quando bem entende. Burgess e Green (2009), ao tratarem dessas transformações, trazem à tona a importância do YouTube e a sua relevância cultural e econômica, que viabilizou mudanças na mídia e no acesso ao conhecimento, com participação mais direta dos consumidores.

Canclini (2008), no campo das pesquisas sobre a globalização, também destaca o impacto da convergência nos meios de comunicação e nos relacionamentos entre os indivíduos. Como a postura do público contemporâneo tem se transformado, torna-se difícil enquadrar as audiências em estudos homogeneizantes. A convergência é responsável, assim, por reconfigurar o acesso aos bens culturais, a partir do momento em que rádio, TV, música, leitura e internet ficam mais confluentes e hibridamente complementados.

[12] Tourinho (2012) destaca a contribuição de Umberto Eco (1986) para a conceituação das duas primeiras fases da televisão. A "paleotelevisão", datada entre 1950 e 1970, é concentrada no modelo de monopólio, com domínio do Estado. Controlada pelo governo, é uma TV sem aproximação com o público e alto teor pedagógico. As pessoas viam a televisão como uma "janela" para o que acontecia no mundo. Já a "neotelevisão" corresponde ao período de 1970 até o fim dos anos 1980 e tem como grande marca a desregulamentação do setor, o funcionamento de um sistema misto (público e privado) e uma oferta maior de canais de TV.

Em Fechine (2014a) e em Machado e Vélez (2014), há ainda discussões acerca da crise dos meios de comunicação de massa, dos fenômenos da cultura participativa e sobre o possível fim da TV, ou mais propriamente, sobre as transformações geradas pelos novos hábitos do público e pelas possibilidades ofertadas por outras mídias.

A fim de compreender outros aspectos dos conceitos e fenômenos supracitados, recomendamos a leitura do quarto capítulo deste livro, que apresenta o guia conceitual fundamentador de toda a produção do projeto **Programe-se**. Por meio dele, é possível ter acesso a definições mais ampliadas e a indicações de autores e leituras básicas sobre cada tema.

1.3 O nome

O título "**Programe-se**" provoca a ideia de que é preciso programar-se para a TV que está surgindo, a partir da análise de realidades, tendências e perspectivas. Também há uma referência à programação, com a reflexão acerca da habilidade de o telespectador programar e ver o que deseja no momento escolhido. Essas alternativas de interação, viabilizadas pela evolução das mídias e dos aparatos tecnológicos, questionam as estruturas tradicionais da televisão, sustentadas na lógica da grade de programação.

Entende-se que ainda há uma parcela da população que não tem acesso a muitos desses recursos. No entanto, o impacto provocado pelas múltiplas telas tem gerado a necessidade de se refletir sobre o papel da TV na contemporaneidade. Ao usar o imperativo, "**Programe-se**" convida o público a refletir sobre a contemporaneidade e o porvir da televisão. Não há, todavia, o desejo de proporcionar respostas prontas, mas, sim, de fomentar debates acerca de um meio de comunicação tão importante.

1.4 O caráter transmidiático

Por se tratar de um conceito complexo na área da comunicação, a narrativa transmídia tem sido objeto de estudo e análise de diversos produtores de conteúdo. Para este projeto, utilizou-se a definição de Henry Jenkins (2009, p. 138):

> Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor — a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões.

Nesse sentido, o projeto **Programe-se** se desdobra, basicamente, em três mídias: um documentário, um programa *on-line* e um *e-book*. Cada produto é independente, ampliando, assim, a experiência do público, visto que as discussões de uma mídia são complementadas pelas outras. Jenkins (2009) afirma que a narrativa transmidiática é uma resposta estética à convergência das mídias. Os leitores, espectadores e fãs têm a chance de juntarem peças e construírem a história conforme cada mídia desenrola sua narrativa. A autonomia de cada meio deve ser bem marcada, uma vez que a redundância é um elemento que dificulta ou até mesmo anula o engajamento. Uma das principais referências brasileiras de narrativa transmídia, do ponto de vista estrutural, é a série Latitudes (2013), do diretor Felipe Braga[13]. No capítulo quatro desta obra, há uma definição mais ampliada do conceito de transmídia.

[13] A série se desdobrou em três mídias: internet, TV e cinema, com conteúdos específicos para cada meio.

1.4.1 Documentário

O documentário é considerado a "nave-mãe" (JENKINS apud NAVARRO, 2010) do projeto **Programe-se** por se tratar do núcleo central da narrativa. Nele, os pontos de vista de profissionais da TV sobre o impacto da convergência na televisão brasileira são os elementos norteadores. Na ótica de Penafria (2001), a estrutura dramática de um documentário implica na ação de personagens em um dado espaço e tempo. É necessário saber contar uma história de um modo lógico e coerente, em uma sequência que favoreça o desenvolvimento de um conflito. Para isso, durante a pré-produção de um documentário, é preciso encontrar as motivações e os interesses dos realizadores para a discussão de dada temática.

Parte-se, assim, de uma pesquisa aprofundada que, entre outras funções, vai permitir a criação da abordagem que será realizada no documentário. A intervenção na realidade, provocada pelo documentarista, amplia as visões de mundo sobre um problema. Como define Salles (2005), o documentário é sempre uma forma de se relacionar com um tema, que implica um olhar assertivo dirigido aos espectadores.

Sobre essas asserções, Ramos (2008) afirma que os enunciados criados pelo documentarista são resultado do estilo e da intenção da narrativa, que vai implicar na interpretação do público. O documentário é visto, assim, como asserções sobre o mundo, mediadas por imagens, sons, recursos gráficos e outros elementos que permitam compreender melhor a "intensidade" do mundo a partir do tema discutido. De todo modo, deve-se ressaltar a força da história, que deve ser visual e não meramente conceitual (BERNARD, 2008).

Embora a informação seja importante, o documentário também deve surpreender e, por vezes, desafiar o público. Assim, Bernard (2008) entende o "fio condutor" como o principal elemento direcionador de um documentário, que pode ser conduzido por personagens ou por questões. Dada a complexidade do tema de **Programe-se**, a história é construída a partir de problematizações acerca dos assuntos abordados.

Puccini (2009) defende a importância da criação de um roteiro desde o estágio inicial de produção, a despeito de entender que a montagem é o processo de conclusão do roteiro. De todo modo, na pré-produção, a pesquisa, a escrita do argumento e o pré-roteiro são de fundamental importância. Lucena (2012) também afirma que, nesse estágio, parte-se para a escrita da sinopse e do argumento. Em **Programe-se**, todos os estágios foram respeitados e, após longos meses de pesquisas, optou-se pela produção de um documentário de tipo participativo.

Nichols (2005) apresenta a ideia de que há modos diferentes de se narrar uma história por meio do documentário, e é a forma que vai transmitir a sensação do que se pretende contar. **Programe-se** é um documentário participativo porque, embora não enfatize por completo a experiência do cineasta, tem na entrevista o seu elemento primordial, o que o autor expõe como uma variação do modo participativo, uma vez que as entrevistas serão a principal via de acesso do público ao tema, com a mediação do documentarista. O ponto de vista do cineasta, nesse caso, é materializado pela conexão entre as vozes participantes do material.

Nesse momento da pré-produção, partiu-se para a elaboração do roteiro prévio. Foi decidido que as entrevistas seriam obtidas por meio dos depoimentos de profissionais dos canais de TV, agências e produtoras, que trabalham em cadeias de produção do circuito Rio-São Paulo. Optou-se também pelo método de entrevistas individuais.

A pesquisa sobre os personagens começou no final de março e foi até o início de julho de 2015. A busca era por vozes representativas do cenário televisivo brasileiro, tanto em emissoras quanto em produtoras. Assim, partiu-se para a etapa de telefonemas e trocas de e-mails com os entrevistados em potencial. Depois de elaborada uma lista com os nomes, iniciaram-se os contatos. A maior parte das respostas obtidas foi positiva. Em maio, já havíamos confirmado as participações de profissionais da agência de publicidade NBS (RJ), da Rede Record, da Rede TV! e do Canal Futura.

A Rede Globo solicitou, em maio, o envio do formulário de solicitação de pesquisa (ANEXO 3) para o projeto Globo Universidade, responsável por mediar a comunicação entre estudantes e os profissionais da emissora. Após a análise, o projeto foi aprovado e, ao longo do fim de junho e do início de julho, as entrevistas foram marcadas. O Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) foi a única emissora — entre as cinco de maior audiência na TV aberta — que não colaborou com o projeto, embora tenham sido feitas várias tentativas de marcação de entrevistas. A necessidade de fechamento dos entrevistados oficiais fez com que descartássemos a participação do canal. A TV Bandeirantes (Band) também não respondeu positivamente à proposta; entretanto, o contato direto com o jornalista Ricardo Boechat, no início de julho, por e-mail, garantiu a sua participação.

Em junho e no início de julho, foram firmadas as parcerias das produtoras Conspiração, Matrioska Filmes e Modo Operante Produções, no Rio de Janeiro. No Rio, também foi escolhido o representante esportivo do documentário, o canal ESPN, que se interessou pelo projeto e cedeu um profissional para as entrevistas. Em São Paulo, no início de julho, foram acertadas outras participações: o apresentador Leo Madeira, intermediado pela agência Liv Produções; a Bossa Nova Films, que indicou um diretor para a entrevista; o canal Fox Brasil e o Museu da TV. Todas as abordagens com os entrevistados foram mediadas também pelo envio do projeto executivo (APÊNDICE B).

Assim, no início de julho de 2015, já estava tudo acertado quanto à equipe oficial, os locais de hospedagem e o transporte em cada cidade, o orçamento final e todas as outras providências da pré-produção. O período estabelecido para a gravação foram as duas últimas semanas de julho, datas escolhidas por coincidirem com o período de férias da UESC, conforme o primeiro calendário oficial do ano.

1.4.2 Programa *On-line*

Tendo em vista o caráter transmidiático do projeto **Programe-se**, foi preciso desenvolver novas plataformas e formatos para contar a história intentada pela proposta. Nesse sentido, desenvolveu-se a ideia da criação de um formato *on-line*, que acrescentaria elementos e ampliaria as discussões levantadas pelo documentário. É importante salientar que cada mídia utilizada em um projeto transmídia tem sua peculiaridade em termos de linguagem, daí a necessidade de marcar enfaticamente aspectos estéticos e narrativos.

O programa apresenta traços de uma websérie (RAMOS; NEVES, 2015; ZANETTI; SILVA; GALANTE, 2014), apropriação da narrativa seriada televisiva pela plataforma digital. Com duração habitual entre três e dez minutos, trata-se de um formato típico da internet. Há semelhanças estruturais com as séries de TV, que fazem parte do gênero entretenimento, conforme especifica Souza (2004), e utilizam, geralmente, o formato episódio.

No estudo das narrativas televisivas, Machado (2000) pontua que a serialidade é um traço padrão da televisão, uma vez que esse tipo de narrativa fideliza o público e contribui para o preenchimento da grade de programação. O autor também destaca os três tipos básicos de narrativa seriada: narrativa única e linear — que se sucede em capítulos; emissões completas e autônomas — com repetição, em cada episódio, dos personagens e das situações narrativas; e, por fim, um terceiro tipo de serialidade, marcado pela manutenção de uma unidade temática, mas com a troca de todos os personagens e situações a cada novo episódio. A narrativa de **Programe-se** *on-line* se enquadra no segundo tipo, uma vez que os personagens e as principais situações dramáticas são mantidos, com episódios independentes.

Na internet, as séries renovam as estratégias narrativas por meio da interatividade e de outros recursos, como a possibilidade de assistir a todo conteúdo de uma vez só, quando os episódios são disponibilizados, e também a oportunidade de aferir a audiência de modo mais imediato com o cálculo dos *views*

(visualização dos vídeos) e o comentário dos internautas sobre o conteúdo. Há também uma liberdade de criação em termos de linguagem e formato, o que permite um maior grau de experimentação estética, quando comparadas com a TV.

A pré-produção da versão *on-line* de **Programe-se** foi iniciada no mês de setembro de 2015, após as gravações das entrevistas. Os realizadores do projeto optaram por criar um programa com trechos inéditos das entrevistas feitas para o documentário. A websérie também é sustentada em um tom ficcional. As situações representadas pelo casal de apresentadores são o núcleo narrativo, intercaladas com as entrevistas. A pré-produção se estendeu até a primeira quinzena de outubro.

A linguagem de **Programe-se** *On-line* se aproxima de uma *sitcom*[14], no sentido de apresentar situações do cotidiano por meio da dramatização. No entanto, não se tem histórias convencionais, com início, meio e fim encenados. O programa é apresentado por um casal, que possui comportamentos distintos no que compete ao relacionamento com os programas de televisão.

O personagem masculino, interpretado por Thierry Brito, é um telespectador mais tradicional, acostumado a acompanhar a grade de programação de um modo mais linear. A personagem feminina, que coube a Brisa Aziz, é uma espectadora com características mais contemporâneas, como o hábito de ver conteúdos audiovisuais pela internet e em outros dispositivos. O casal de apresentadores comanda cada episódio da sala de TV, discutindo e refletindo sobre as transformações no modo de ver e fazer os produtos televisivos. Em cada episódio, eles discutem o tema em foco e tentam compartilhar suas experiências e gostos pessoais.

No estágio de pré-produção, foram escritos os roteiros (APÊNDICE A), com as falas de todos os apresentadores e os conteúdos das entrevistas integrantes de cada programa. Ao longo de três semanas, o processo de escrita aconteceu em paralelo

[14] Do inglês "*sitcom*", abreviação de "*situation comedy*", isto é, uma narrativa de humor centrada em situações típicas do cotidiano.

com encontros e ensaios com os apresentadores. Nesse planejamento, foi decidido que o programa, do ponto de vista estrutural, seria dividido em dez episódios, cada um com uma temática ligada ao universo televisivo: TV aberta, telejornalismo, entretenimento, esporte, telenovela, série, TV fechada, documentário, publicidade e internet. A intenção sempre foi manter o caráter conceitual de cada tema abordado, sem exagerar no didatismo, equilibrando informação e entretenimento.

1.4.3 E-book

O *e-book* (do inglês *"electronic book"*) é um formato de livro eletrônico disponibilizado em plataformas virtuais. No que compete ao projeto **Programe-se**, o *e-book* corresponde à terceira ponta da tríade na qual se sustenta o trabalho. O livro é centrado nos conceitos teóricos que fundamentam o projeto, ou seja, a ampliação de experiência e conteúdo proporcionada é consolidada com a explicação mais aprofundada de assuntos discutidos no documentário e no programa.

Na pré-produção, realizada da segunda quinzena de setembro até a primeira quinzena de outubro, foram definidos os parâmetros. Assim, os eixos norteadores e os autores utilizados são os seguintes:

- Cibercultura (LÉVY, 1996; 1999; 2004; SANTAELLA, 2003);
- Interatividade (LEMOS, 1997; LÉVY, 1999; PRIMO, 2007; MONTEZ, 2005; JENKINS, 2009);
- Interface (LÉVY, 1996; 2004; LEMOS, 1997; JOHNSON, 2001; SANTAELLA, 2003; SCOLARI, 2014);
- Convergência (SANTAELLA, 2003; MONTEZ, 2005; JENKINS, 2009);

- Vídeo *on demand* (SILVA; SILVA, 2013; CASTELLS, 2002; CAPANEMA, 2009; CARLÓN, 2014; FECHINE, 2014a; JENKINS, 2014; LONDON, 2014; MACHADO, 2014);
- Cultura participativa (CARPENTIER, 2012; BURGESS; GREEN, 2009; JENKINS, 2009; 2014; FECHINE, 2014b);
- *Interator* (MACHADO, 2001; 2014; PENAFRIA, 2001; CAPANEMA, 2008; BURGESS; GREEN, 2009; SCOLARI, 2008; ARNAUD et al., 2011; FECHINE, 2014b; JENKINS, 2009; 2014);
- Redes sociais (RECUERO, 2009; ARNAUD et al., 2011; JENKINS, 2014, MARTINO, 2014);
- Segunda tela (KEEN, 2009; PROUX; SHEPATIN, 2012; FECHINE, 2014b; JENKINS, 2014; MARQUIONI, 2014; SANTOS; NAHUZ, 2015);
- *Social TV* (PROUX; SHEPATIN, 2012; JENKINS, 2009; FECHINE, 2014b; SBARAI, 2013);
- Transmídia (JENKINS, 2009; ARNAUD et al., 2011; FECHINE, 2014b); e
- Hipertelevisão (SCOLARI, 2008; 2014; TOURINHO, 2012).

Cada tema é enfatizado em um capítulo do livro, cujo formato se aproxima de um guia de programação. Semelhante a um glossário, os verbetes são fundamentados por meio de definições teóricas.

Fortalecendo o perfil transmidiático da proposta de **Programe-se**, o livro traz uma ampliação das discussões dos formatos audiovisuais. Direcionado especificamente para pesquisadores ou interessados nos estudos que fundamentaram a proposta, o *e-book* adiciona uma nova dimensão à experiência do projeto a partir de novas informações e referências.

1.4.4 Redes sociais do projeto

Os perfis criados nas principais redes sociais utilizadas pelos brasileiros[15] levaram em consideração a acessibilidade, o número de usuários, a visibilidade e os recursos disponíveis para divulgar conteúdos diversos sobre o projeto. Durante o processo de pré-produção, também foram iniciadas a divulgação e a interação nas redes sociais. A intenção foi apresentar e desenvolver a temática com os internautas por meio de postagens no site, canal no YouTube, Facebook[16] e Instagram[17]. Nessa etapa, foi decidido o que comporia cada mídia ao longo das fases de pré-produção, produção e pós-produção.

O site[18] foi definido como o portal informativo, compilador dos principais detalhes da proposta: a apresentação e a descrição de cada produto, a sinopse e o blog — com notícias e diário de gravação. A intenção foi fornecer ao público uma melhor compreensão da temática e informações mais específicas, como, por exemplo, o perfil dos entrevistados, as descrições sobre cada desdobramento do projeto, os apoiadores, entre outros elementos.

A página no Facebook[19], por conta da abrangência de público, foi escolhida como a mídia mais importante. Assim, na pré-produção, foram programadas as diferentes campanhas de

---

15 Os dados sobre as redes mais utilizadas no Brasil foram obtidos na Pesquisa Brasileira de Mídias (BRASIL, 2015), realizada pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal.

16 Fundado por Mark Zuckerberg, em 2004, o Facebook é uma rede social que permite aos usuários a criação de perfis, grupos e troca de mensagens e conteúdos digitais com outros integrantes da rede. Em 2012, foi considerada a maior rede social do mundo por ter alcançado a marca de dois bilhões de usuários. In: Facebook mostra o raio-x de 1 bilhão de usuários. Folha de São Paulo, São Paulo, 10 nov. 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2012/10/1163808-facebook-mostra-o-raio-x-de-1-bilhao-de-usuarios.shtml≥. Acesso em: 25 out. 2015.

17 Rede social focada no compartilhamento de imagens e vídeos, o Instagram foi fundado por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010. Originalmente foi disponibilizado apenas para celulares, porém, a partir de 2012, foi possível acessá-lo por meio de computadores.

18 Programe-se. Disponível em: <http://programese.wix.com/oficial>. Desenvolvido na plataforma Wix, espaço para criação de sites gratuitos. Acesso em: 09 jan. 2016.

19 PROGRAME-SE. Disponível em: <https://www.facebook.com/programesedoc/>. Acesso em: 09 jan. 2016.

divulgação: a) no primeiro momento, informações sobre o tema em discussão, por meio de vídeos e imagens com curiosidades sobre o mundo da TV; b) na segunda etapa, os bastidores das gravações; c) na terceira fase, notícias e curiosidades sobre os temas e os entrevistados, bem como a divulgação das marcas dos apoiadores; d) na quarta etapa, fotos e trechos emblemáticos de cada entrevista; e) na quinta etapa, novas informações sobre os bastidores das gravações; f) na sexta, vídeos em formato curto, com trechos das entrevistas e chamadas; g) na sétima etapa, o *making-of* e o trailer do projeto; h) na oitava etapa, a veiculação semanal de episódios do Programa *On-line*. A nona e última das etapas ficou definida como o acompanhamento do processo de circulação do documentário em eventos acadêmicos e festivais.

Para o perfil no Instagram[20], foi decidido que o público teria acesso a fotos da equipe com os convidados, bem como registros mais detalhados de gravação e outras etapas de produção. Como conteúdo exclusivo dessa rede, destacam-se as curiosidades sobre o mundo da TV, compartilhadas a partir de fotos com pequenas legendas.

Já o canal no YouTube[21], além de promover a circulação de *teasers*[22], foi pensado como a plataforma *on-line* para circulação de conteúdos audiovisuais exclusivos, como as chamadas e trechos inéditos das gravações. Além disso, é o canal de escoamento da websérie.

---

[20] PROGRAME-SE. Disponível em: <https://www.instagram.com/docprograme_se/>. Acesso em: 09 jan. 2016.

[21] PROGRAME-SE. Disponível em: < https://goo.gl/eWD2IP>. Acesso em: 09 jan. 2016.

[22] Do inglês "provocar" ou "provocante", o *teaser* é um recurso de promoção que visa despertar a curiosidade do público em relação a um produto audiovisual por meio de um vídeo curto que chama atenção para uma marca, produto ou serviço sem necessariamente identificá-lo de modo explícito. In: MATTOS, Diogo. **My creative field**. [Blog Internet]. Você sabe o que é teaser e a sua função na propaganda?. [S.l]: Diogo Mattos, 22 set. 2015. Disponível em: <http://diogosilvamattos.com/voce-sabe-o-que-e-teaser-e-sua-funcao-na-propaganda/>. Acesso em: 7 nov. 2015.

1.5 Projeto executivo

Do ponto de vista do financiamento, o projeto, inicialmente, contou com investimentos próprios dos realizadores e, em paralelo, com apoios culturais de marcas regionais, que, em sua maioria, não contribuíram financeiramente, mas colaboraram com descontos na compra de produtos e contratação de serviços e com doações de materiais. Para conseguir esses apoios, foi criado um projeto executivo (APÊNDICE C) apresentado e discutido com apoiadores em potencial, a fim de que fossem estabelecidas parcerias.

Um projeto de teor semelhante, mas com as devidas adaptações — a exclusão das cotas e das justificativas para os investimentos — foi enviado por e-mail aos profissionais convidados para serem entrevistados. A criação de um projeto executivo justifica-se tanto por conta da necessidade de captação de recursos, elemento indispensável no gerenciamento orçamentário de um projeto audiovisual, bem como por conta do contato que foi estabelecido, na pré-produção, com possíveis entrevistados. Daí o fato de o título e os objetivos terem sido definidos bem antes da finalização dos estudos, haja vista que o tempo dedicado às etapas de planejamento, organização da equipe e captação de recursos exigiu ações mais imediatas.

1.6 Equipe de produção

A equipe do projeto foi formada com poucos integrantes, uma vez que as despesas gerais poderiam ficar ainda maiores caso o grupo envolvido fosse muito grande. A logística de produção também foi considerada, tendo em vista os deslocamentos entre o Rio de Janeiro e São Paulo, e a necessidade de rapidez para não tornar incômodo o encontro com os entrevistados. Projetos documentais contam, assim, com equipes de pouca extensão, como destaca Penafria (2001).

No início do processo, apenas Dilson Reis, Tainan Piantavinha e Tcharly Briglia compuseram a equipe e se dividiram nas funções ligadas à produção. Dilson assumiu a identidade visual, Tainan focou nas questões referentes ao gerenciamento de páginas nas mídias sociais e na captação de recursos, e Tcharly foi o produtor geral. O pré-roteiro foi escrito por todos, em conjunto, em um dos exemplos de que as funções foram cambiáveis e compartilhadas.

Para o documentário, a equipe foi ampliada com a chegada do comunicólogo Victor Brasileiro, que assumiu a direção de fotografia e a supervisão técnica de áudio e imagem, auxiliando a equipe em tudo que compete às câmeras, enquadramentos, planos e captação de áudio. Uma das câmeras também foi operada por ele; as outras duas ficaram a cargo de Dilson e Tainan, esta responsável também pela captação do som direto. Tcharly esteve à frente da produção e da direção geral, sendo também o entrevistador. Para a gravação do documentário e do programa, os realizadores contaram com a assistência de produção da publicitária Olívia Prudente.

Na gravação do programa, as câmeras foram operadas por Dilson e Tainan. Silvana Berilo, estudante de Comunicação Social da UESC, foi solicitada para auxiliar na assistência de produção e de arte, desempenhando, ao lado de Olívia, funções importantes para a articulação entre as outras áreas de produção.

A equipe manteve-se a mesma no estágio de pós-produção, com as devidas adaptações. De todo modo, já era um acerto prévio que, na etapa final, Dilson, além de continuar o trabalho com a identidade visual, ficaria responsável pela computação gráfica. Tainan assumiria as funções de produção executiva, a fim de captar os recursos necessários à finalização do projeto, e Tcharly continuaria como diretor geral de todo o processo. Dilson e Tcharly também assumiram a edição e montagem, que teve novamente o apoio de Victor como finalizador. Victor, por sua vez, contou com a parceria de Danley Rodrigues para a edição de som e a composição da trilha musical.

1.7 Referências narrativas

Na pré-produção do documentário, foram buscadas referências audiovisuais que auxiliassem a definição da linguagem e da estrutura narrativa. Entre elas, destacam-se a série de TV No Estranho Planeta dos Seres Audiovisuais, de Cao Hamburger (Canal Futura, 2008). A edição dinâmica, a entrevista com profissionais com experiência no mercado e o tom de humor serviram de referência inicial tanto para o programa quanto para o documentário. Outra referência foi o documentário Mercado de Notícias (2014), de Jorge Furtado, por conta do estilo narrativo marcado pela divisão em blocos, com diversos temas ligados ao jornalismo. O recurso de utilização de vários entrevistados teve como base também o projeto Sonhar TV[23], que entrevistou profissionais das mais diversas áreas, analisando as possibilidades e potencialidades da televisão.

Muitas semelhanças temáticas fizeram os realizadores se inspirarem também na série O Futuro da Televisão (Austrália, 2012), do projeto Visão 2020 (*2020 Vision*), uma iniciativa da *Think TV*, indústria de emissoras australianas. A produção aborda questões enfatizadas no projeto, tais como: as novas tendências de programação, o futuro do mercado publicitário na TV, o poder maior das audiências, as experiências com múltiplas telas e as perspectivas para a televisão atual e futura.

Uma das principais referências audiovisuais é o programa de entrevistas Ofício em Cena (Globo News, 2015). Nessa atração, profissionais da televisão compartilham as experiências próprias do ofício de ator, diretor, autor, entre outros. A linguagem, o formato, os planos e enquadramentos utilizados no programa serviram como ponto de partida para a definição do roteiro técnico do documentário. O programa Espelho, exibido pelo Canal Brasil desde 2006, também serviu de referência no que compete aos enquadramentos e planos.

---

[23] O Sonhar TV é um projeto que reflete acerca de uma hipotética televisão dos sonhos, na ótica de diversos profissionais ligados ao mercado ou às pesquisas acadêmicas sobre a televisão brasileira. Os vídeos estão disponíveis no canal Sonhar TV, no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/SonharTV>. Acesso em: 04 mar. 2014.

Quanto ao programa *on-line* especificamente, a narrativa ganhou um tom próximo aos seriados de humor. A inspiração para o casal protagonista foi o seriado Os Normais (Rede Globo, 2001-2003), de Fernanda Young e Alexandre Machado. A informalidade do discurso e o entrosamento entre os dois apresentadores também teve como referência o programa Top Top MTV (MTV Brasil, 2004-2010), embora os apresentadores de **Programe-se** *On-line* não falem diretamente com a câmera.

1.8 Roteiro de perguntas

As perguntas de um projeto audiovisual sustentado na realização de entrevistas são elaboradas na fase de pré-produção. Essas questões correspondem ao guia central de cada gravação e são vistas como parâmetros de todas as entrevistas, embora obviamente ocorram situações nas quais outras perguntas devam ser feitas durante a gravação. Lucena (2012) destaca a importância de o documentarista estar atento aos momentos de interferir na fala do entrevistado com acréscimos ou mesmo perguntas que façam com que o personagem volte ao fio da meada, sem se dispersar.

Gaskell (2003), ao descrever o processo de realização de entrevistas individuais ou em grupo, cita a importância do chamado tópico guia. Trata-se de uma lista, de mais ou menos uma página, na qual o entrevistador deve sintetizar os principais aspectos que dizem respeito ao conteúdo da entrevista. Para isso, além de criatividade, é necessário um pensamento crítico sobre os temas abordados, o que só se alcança com a devida pesquisa e fundamentação. No caso de **Programe-se**, o tópico guia foi se transformando no roteiro de perguntas, baseado na reflexão sobre as principais temáticas. A ideia era que os profissionais entrevistados dissertassem sobre os assuntos sem necessariamente teorizar ou definir algo didaticamente, mas analisando fenômenos ligados à televisão e à convergência.

O roteiro de perguntas deve ser fundamentado no cumprimento dos objetivos. Sendo assim, as questões de **Programe-se** giraram em torno dos seguintes temas: importância da TV no cenário da convergência midiática; impacto da internet e de outras tecnologias na produção televisiva; o perfil do público contemporâneo e as interações entre produtores e consumidores; a força da grade de programação em meio à ascensão das plataformas de vídeo *on demand*; potencialidades e fragilidades da TV aberta e da TV fechada; as possíveis mudanças na linguagem televisiva; as transformações na carreira de cada entrevistado causadas pela tecnologia; e, por fim, as perspectivas para a televisão do futuro. O roteiro geral das perguntas encontra-se no APÊNDICE D.

1.9 Perfil dos personagens

Os entrevistados de um trabalho de caráter documental podem ser chamados de personagens (PUCCINI, 2009). A escolha deles é um fator primordial para o sucesso da abordagem intentada pela narrativa. As vozes que darão o tom de um documentário compõem um arsenal de opiniões que, a depender da proposta, será melhor quanto mais amplo for. Lucena (2012) destaca que as variadas opiniões constituem elementos essenciais para o desenrolar do conflito, haja vista que as diversas perspectivas contradizem ou reforçam as teses apresentadas.

Penafria (2001) enfatiza a possibilidade de diversidade temática que caracteriza a narrativa documental, conquistada pelo trabalho de pesquisa e desenvolvimento de assunto. Além das visitas anteriores às gravações, a escolha dos personagens pré-determina o tipo de abordagem que será realizada.

Em **Programe-se**, a busca foi pela maior diversidade de opiniões e perspectivas possíveis. Foram estabelecidos mais de trinta contatos com entrevistados em potencial, e a maior parte deles respondeu positivamente à proposta. Considerando a

complexidade de temas e de áreas de atuação dos profissionais envolvidos, a escolha dos realizadores foi a de ouvir 23 entrevistados. O perfil de cada um deles foi coerente com a proposta e contribuiu para a sua realização. A minibiografia dos personagens está disponível no APÊNDICE E. Segue abaixo uma breve descrição de cada um, com o perfil profissional de todos quando do período de gravação:

- Bruno Altieri — diretor de planejamento estratégico da agência NBS;
- Bruno Pinaud — redator publicitário da agência NBS;
- Camila Fonseca — gerente de mídias da agência NBS;
- Carlos Queiroz — gerente de produções originais dos canais Fox Brasil;
- Celso Zucatelli — jornalista e apresentador do Melhor pra Você, na Rede TV!;
- Cláudia Aied — editora-chefe do programa Balanço Geral, da Rede Record;
- Cláudio Peralta — diretor/supervisor de efeitos especiais e coordenador do departamento de pós-produção da produtora Conspiração;
- Débora Garcia — gerente de conteúdo e mídias digitais do Canal Futura;
- Flávia Lima — coordenadora de conteúdo do Canal GNT;
- Franz Vacek — jornalista e então diretor de jornalismo e esportes da Rede TV!;
- Guilherme Bokel — diretor executivo de entretenimento multiplataforma da Rede Globo;
- Juli Wexel — jornalista e apresentadora do Canal Futura;
- Lecuk Ishida — diretor e criador de narrativas para TV e cinema, com serviços prestados à Bossa Nova Films;

- Leo Madeira — apresentador, então vinculado a projetos exibidos no Canal Futura;
- Luís Nachbin — proprietário da Matrioska Filmes, jornalista, documentarista e professor;
- Marcílio Moraes — dramaturgo e escritor da Rede Record;
- Márcio Motokane — coordenador de núcleo do Canal Futura;
- Ricardo Boechat — jornalista e apresentador das emissoras de TV e rádio da Band;
- Rubens Pozzi — jornalista, repórter e editor-chefe da ESPN Brasil;
- Susanna Lira — roteirista e diretora da Modo Operante Produções;
- Thelma Guedes — escritora e dramaturga da Rede Globo;
- Vida Alves — atriz e escritora, atual diretora do Museu da TV, em São Paulo;
- Wanderley Villa Nova — diretor do programa Melhor pra Você, na Rede TV!.

As principais razões que justificaram a presença de cada um dos entrevistados no projeto estão centradas na relevância profissional e na representação para a área de atuação. De igual modo, as experiências ao longo da carreira e a familiaridade com as temáticas também foram levadas em conta.

Entrevista com Ricardo Boechat, na Band

Entrevista com Vida Alves, no Museu da TV (SP)

Brisa Aziz e Thierry Brito nas gravações de Programe-se *On-line*

Entrevista com Marcílio Moraes (RECORD)

Carlos Queiroz (FOX Brasil)

Entrevista com Guilherme Bokel (GLOBO)

PRODUÇÃO

O processo de produção[24] corresponde ao período efetivo das filmagens. É uma etapa de fundamental importância, que depende do bom planejamento realizado na pré-produção. Quando bem conduzida, vai garantir um trabalho de maior qualidade na pós-produção, o que evidencia a relação dos estágios de produção de uma obra audiovisual. Nessa fase, alguns elementos são comuns: a organização de uma produção de *set*, isto é, uma pessoa ou um grupo de pessoas que vai se dedicar à organização de tudo que se refere ao local de filmagem, à alimentação da equipe, ao controle do cronograma do dia — chamado de ordem do dia — e à coordenação de uma "base" para cada função se estabelecer: a equipe de fotografia e cinegrafistas, arte, maquiagem, entre outros.

2.1 Fotografia, estética e técnica

A gravação envolve uma série de elementos de ordem técnica e estética. Por mais que se tenha uma boa ideia e tenha se estabelecido um ponto de vista adequado, é preciso realizar tudo isso no âmbito técnico. Na ótica de Puccini (2009), o processo é como "escrever com a câmera". A criação desse universo envolve as escolhas imagéticas do cinegrafista, os movimentos de câmera, os ajustes de lente, foco e a iluminação do espaço e das pessoas envolvidas na gravação. Na filmagem de eventos não ficcionais como documentários, ligar a câmera já implica um processo autônomo e sensível por parte do cinegrafista e do diretor.

[24] SALLES, Felipe. Etapas da produção. In: **Apostila de cinematografia**. Disponível em: <http://goo.gl/DuHxNo>. Acesso em: 06 nov. 2015.

A direção de fotografia[25] é responsável pela captação da imagem e das condições de gravação: a iluminação, escolha de equipamentos, câmeras, lentes e todas as condições técnicas. Em parceria com o diretor, discute quais planos e enquadramentos se adequam à proposta. A presença do diretor de fotografia se faz necessária desde a pré-produção, a fim que de sejam discutidos e estabelecidos os parâmetros para a gravação. Ao conceber toda a marcação de luz, esse profissional também determina o uso ou não de recursos para promover o contraste ou a alteração de luz e cores no ambiente. Esse balanceamento articulado com os equipamentos vai permitir que as cenas sejam gravadas com a exposição de luz correta.

Lucena (2012) explica que as escolhas de luz devem ser pensadas de modo a posicionar os entrevistados sempre próximos à fonte de luz, lateral ou diretamente, evitando-se sombras indesejadas "para que se obtenha um efeito mais suave e agradável com certo desenho da imagem" (LUCENA, 2012, p. 66). A criação da coerência visual (BERNARD, 2008) envolve não apenas a luz, mas os elementos cênicos, figurinos e cenários.

Para as gravações do documentário e do programa *on-line*, foram usados dois *spots* de luz fria (fluorescente). O kit era composto por dois tripés, duas lâmpadas de 45 watts e dois *softbox*[26] quadrados. Não havendo possibilidade de visitar e estudar previamente as locações, como recomendado por Puccini (2009), optou-se pela luz artificial fria, devido à sua praticidade de manuseio e adequação à proposta. Já o *softbox* cumpriu o papel de espalhar com intensidade harmônica a luz branca provocada pela luz fluorescente, dissolvendo sombras indesejadas e iluminando o cenário.

---

25 SALLES, Filipe. Função e Equipe. In: **Como se faz cinema – Parte I**. Disponível em: < http://goo.gl/1hp0Kl>. Acesso: em 26 ago. 2013.

26 A tradução do inglês para português é "caixa suave". O *softbox* é composto por grandes fontes de luz que, por possuírem tecido difusor, propagam a iluminação com suavidade, amenizando sombras. De fácil configuração, leve e compacto ao ser desmontado, é um equipamento de luz fria muito utilizado. Disponível em: <https://goo.gl/Y2QDXV>. Acesso em: 01 jan. 2016.

Ainda na fase de pré-produção, os realizadores, junto com a orientadora, decidiram marcar o documentário por meio de uma estética mais próxima dos bastidores da televisão, ou seja, não seriam simplesmente entrevistas gravadas em planos médios e fechados, mas haveria uma câmera "passeando" pelos ambientes, evidenciando fatores de uma gravação que dificilmente são vistos pelo espectador. Assim, optou-se por uma divisão de câmeras, com uma função específica para cada uma delas.

A câmera 1 ficou como a principal, isto é, por meio dela foram gravados os planos médios e americanos das entrevistas, com o entrevistado deslocado para a direita ou para a esquerda e com a delimitação do espaço da gravação. A câmera 2 foi utilizada para a captação de planos fechados, com ênfase no rosto do entrevistado ou em detalhes dos olhos, das mãos ou até mesmo planos médios fechados, que não evidenciavam o cenário, mas contemplavam pontos de vista diferentes da câmera principal. Tanto a câmera 1 quanto a câmera 2 foram usadas com o tripé, a fim de que fossem garantidas imagens estáticas e estáveis.

A marca estética mais forte do documentário recaiu sobre a câmera 3. Diferente da 1 e da 2, que dificilmente faziam movimentos, com exceção dos mínimos necessários ao foco ou a uma leve mudança de quadro, a terceira câmera funcionou como os "olhos" de um espectador curioso. A marca foi o movimento. Essa câmera, exclusiva para o documentário, gravou enquadramentos incomuns: por trás de janelas e portas, com molduras construídas a partir de elementos presentes no cenário, com movimentos que mostrassem os bastidores. Tal escolha estética implicou também quebra de eixo[27] da imagem, pensada propositalmente para gerar novas interpretações e reações. A ideia era trabalhar em cima de

[27] Segundo Zettl (2011), o eixo está ligado aos vetores, forças gráficas que indicam direção e movimento. Ligados à direção do olhar do que se vê na tela, o eixo cria uma linha imaginária que permite a criação de um mapa mental, isto é, a preservação da continuidade por parte do espectador. Um personagem que dirige o olhar para a esquerda, em um plano, e desloca o olhar para a direita, no plano seguinte, provoca uma quebra de eixo. No caso de montagens complexas, como a de **Programe-se**, esse efeito é gerado de forma proposital.

recursos visuais que provocassem outras percepções sensoriais e realçassem o teor da discussão sobre TV.

Lucena (2012) enfatiza a importância do movimento para a linguagem videográfica, destacando quatro relações possíveis: a câmera e o objeto imóveis; a câmera imóvel e o objeto em movimento; a câmera e o objeto em movimentos simultâneos e "a relação mais enigmática e poética: o objeto não se move, mas a câmera sim, de várias maneiras" (LUCENA, 2012, p. 71). Em **Programe-se**, o movimento da terceira câmera favoreceu a transmissão de emoções e a comunicação de ideias incomuns.

Tendo em vista que as escolhas de enquadramentos e planos, na situação de filmagem, implicam a interpretação do público, buscou-se criar uma atmosfera de participação: o espectador pode ver os equipamentos, a equipe, o cenário, e, por vezes, os entrevistados estão entrecortados por esses elementos: emoldurados por um tripé; em destaque no visor de uma câmera, surgindo e desaparecendo por meio do foco e desfoco, ou entrando em cena por meio de movimentos que surgem por detrás dos cenários ou elementos cênicos. Algumas das imagens de cobertura[28] também foram gravadas com as mesmas características.

A GoPro[29] funcionou como quarta câmera. Suas imagens, além de apresentarem planos não convencionais, por conta dos seus traços idiossincráticos, serviram também como pontos de apresentação do cenário e da equipe, evidenciando o aparato técnico disponibilizado para as gravações.

---

[28] Imagens usadas durante uma entrevista ou cena para exemplificar e ampliar as informações do discurso falado. Em documentários, por exemplo, a imagem da rotina de um entrevistado pode aparecer durante uma entrevista, "cobrindo", assim, a fala do personagem, daí o nome imagem de cobertura.

[29] A GoPro é também identificada como uma "câmera de ação", ideal para registros individuais de esportes radicais e imagens mais profissionais em condições atípicas. Com design compacto, boa estabilização de imagem e fácil portabilidade, capta imagens de alta qualidade e, geralmente, é acoplada a um suporte como capacete ou veículo, sendo desprovida, assim, de um visor. Para o controle da imagem, são utilizados aplicativos instalados em *smartphones* ou *tablets*. In: BRITO, Edivaldo. Quais as vantagens de comprar uma câmera GoPro? **TechTudo**. [S.l.], 19 mai. 2014. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/05/quais-vantagens-de-comprar-uma-camera-gopro.html>. Acesso em: 20 dez. 2015.

Ainda sobre os dispositivos técnicos utilizados, é importante situar os seguintes elementos: duas câmeras foram do tipo Canon T3i, e uma foi do tipo Canon T5i. As lentes usadas foram a 50mm, 24-105 mm e a própria lente da T3i, de 135 mm.

As lentes de 50 mm[30] são muito utilizadas pelos fotógrafos por conta das variações de abertura (entre f/1.2, f/1.4 e f/1.8) e da captação de imagens em situações de pouca luminosidade. Leve e de fácil manuseio, essa lente também favorece a criatividade do fotógrafo, que precisa buscar posicionamentos adequados para captar as cenas desejadas. Já a lente 24-105 mm[31], além de ser usada em diferentes situações fotográficas, apresenta focagem rápida e estabilização bem definidas; por isso, consegue captar imagens com valores de abertura e de velocidade não alcançados por lentes desprovidas de suas características.

Quanto aos elementos técnicos de áudio, foi realizado o seguinte procedimento: o entrevistado usou um microfone de lapela[32], mas mesmo assim foi colocado um tripé para a captação de áudio com um microfone direcional *boom*[33]. Ambas as captações de áudio foram conectadas em um gravador, a fim de que as faixas de áudio fossem gravadas separadamente e sincronizadas, posteriormente, na pós-produção. Durante as entrevistas, o gravador foi monitorado por Tainan, com o auxílio de um *headphone*.

---

30 NOVAES, Lucas. **Fotografia profissional**. [Blog Internet]. Lentes 50 mm – Tudo que você precisa saber. [S.l]: Lucas Novaes, 16 ago. 2013. Disponível em: <http://www.fotografiaprofissional.org/dicas-de-equipamento-lentes-50mm/>. Acesso em: 20 dez. 2015.

31 LOUREIRO, José. **José Loureiro Photography.** [Blog Internet]. Canon EF 24-105 mm f/4L IS USM. [S.l]: José Loureiro, 27 mar. 2010. Disponível em: <http://joseloureirophotography.blogspot.com.br/2010/03/canon-ef-24-105mm-f4-l-is-usm.html> Acesso em: 20 dez. 2015.

32 É um microfone condensador, ou seja, possui uma cápsula pequena e leve, que utiliza como energia a pilha. Com padrão de captação omnidirecional (capta todos os sons em 360º na horizontal e 360º na vertical), a grande vantagem do lapela é a discrição. Por conta do tamanho, pode ser preso nas roupas, sem interferir na movimentação do personagem e nem chamar a atenção do público.

33 Microfone externo direcional. Utilizado com um acessório típico e necessário, a vara de *boom* permite um grau mais significativo de liberdade de movimentação e distância do objeto.

2.2 Gravação do documentário

Como destaca Puccini (2009, p. 67), o local da entrevista e o posicionamento do entrevistado diante da câmera são elementos cruciais para a "leitura do documentário, para sua carga de informação visual e seu rigor gráfico na composição da imagem, qualidades que ajudam a definir um estilo de direção". O autor também destaca que a variação de enquadramentos desempenha uma função importante para conferir mais dinamicidade ao documentário, evitando, assim, a monotonia e facilitando os processos de pós-produção. Com mais possibilidades e alternativas para a montagem, os planos podem omitir cortes feitos a partir de um mesmo enquadramento, que causam o chamado *jump-cut*, uma descontinuidade visual causada pelo uso do mesmo plano. A opção realizada pela equipe de gravar as entrevistas com quatro câmeras permitiu a percepção do personagem por diversos ângulos.

Puccini (2009) também destaca outros elementos cruciais para a gravação de um documentário, como o conhecimento prévio das situações de filmagem e a habilidade para lidar com imprevistos, naturais em um processo de gravação que envolve a intervenção na realidade, difícil de ser encenada, como no caso dos projetos ficcionais. No caso da produção deste trabalho, não foi possível fazer esse reconhecimento de campo, em virtude das condições financeiras inviabilizarem viagens anteriores às gravações.

Lucena (2012) discorre sobre o tempo da entrevista, que não deve ser nem muito longo, nem muito curto, ou seja, é preciso encontrar o meio-termo. O autor também reforça a importância das imagens de cobertura, que precisam ser garantidas, seja com a gravação do cenário da entrevista, imagens de arquivo, seja com os usos alternativos das câmeras, sem correr o risco de gravar exageradamente mãos e outros elementos que não contribuam para a dinâmica visual.

Em **Programe-se**, na maioria dos casos, foram gravadas imagens de cobertura, tanto dos entrevistados quanto dos espaços visitados. Bernard (2008) também aponta a importância dessas

imagens no processo de edição. O autor salienta ainda que é necessário envolver o cinegrafista no processo, a fim de que ele colabore técnica e criativamente com o que está sendo filmado. Victor Brasileiro, no papel de técnico principal, se inteirou do processo e compreendeu as intenções estéticas da proposta desde a pré-produção.

As gravações ocorreram no período de 22 a 31 de julho de 2015. Foram providenciados todos os serviços necessários para a viabilização do processo, como transporte, hospedagem e alimentação. Entre os dias 22 e 27, o grupo concentrou os trabalhos na cidade do Rio de Janeiro (RJ). Em São Paulo (SP), as gravações começaram no dia 28 e foram até o dia 31 de julho.

2.2.1 Primeiro dia de gravação

A primeira gravação ocorreu na agência de publicidade NBS, no bairro de Botafogo, no Rio de Janeiro (RJ). Bruno Altieri, diretor de planejamento estratégico da agência, foi o primeiro entrevistado. A entrevista concentrou-se, basicamente, nas estratégias de planejamento e na análise da situação atual da publicidade e da convergência midiática, pontuando questões como o fato de a produção publicitária atual se concentrar mais no conteúdo do que no meio de comunicação. O segundo encontro foi com Camila Fonseca, gerente de mídia da NBS. A profissional destacou o trabalho realizado em sua área, enfatizando o espaço ocupado pela propaganda, especialmente em sua relação com a televisão. Problematizaram-se também os conceitos de publicidade, comunicação e segunda tela, muito relevantes para o conteúdo do documentário.

A última entrevista na NBS aconteceu com o redator Bruno Pinaud. Entre os assuntos discutidos, estavam: o espaço da publicidade na televisão, a importância do público e o impacto causado pela convergência. Bruno também contou relatos da carreira. Após a gravação, a equipe foi conhecer a agência ao lado de Caroline Lessa, analista de comunicação. Enquanto

isso, Victor e Dilson se concentraram na captação de algumas imagens de cobertura.

Às 18h, a equipe saiu da NBS e foi em direção à produtora Modo Operante, que também fica em Botafogo, para realizar a última entrevista do dia, com a produtora e diretora Susanna Lira. Discutiu-se, basicamente, a situação atual da televisão aberta e fechada, as perspectivas para o possível fim da grade de programação e o espaço ocupado pelo documentário na TV. Também foram abordadas algumas características do conceito de transmídia, apontado como uma tendência para a produção de conteúdo audiovisual. Depois da entrevista, Victor fez imagens de cobertura da produtora.

2.2.2 Segundo dia de gravação

As primeiras gravações do dia, com profissionais do Canal Futura e do GNT, ocorreram na sede do Futura, localizado no prédio da Fundação Roberto Marinho, no bairro do Rio Comprido. O espaço escolhido foi o estúdio de jornalismo. A gravação inicial foi com Débora Garcia, gerente de conteúdo e mídias digitais do Canal Futura. Entre outros assuntos, discutiram-se os caminhos possíveis para a grade de programação da TV, bem como a relevância da televisão em meio à ascensão de outras mídias. Também foi uma oportunidade de se discutir qual o perfil do público contemporâneo. Outro aspecto destacável foi a diversidade das novas narrativas, possibilitadas pela convergência das mídias.

Em seguida, a entrevistada foi Flávia Lima, coordenadora de conteúdo do Canal GNT (Globo Sat), que analisou o papel da TV fechada no cenário atual de mídias convergentes. O espaço ocupado pelo entretenimento também foi discutido. De modo geral, a entrevistada adotou um ponto de vista esclarecedor, no sentido de compreender que as atuais transformações no modo de fazer televisão decorrem de um movimento natural dos meios de comunicação, tal como foi com o rádio e outros tantos.

Márcio Motokane foi o terceiro entrevistado do dia. O coordenador de núcleo do Canal Futura analisou a relevância e a função da televisão aberta e da televisão fechada, bem como discutiu conceitos de fundamental importância para esta pesquisa, tais como: as noções de *on demand*, narrativa transmídia e gêneros e formatos televisivos.

A quarta entrevista — realizada com a jornalista Juli Wexel — abordou, basicamente, o perfil do público contemporâneo e as mudanças causadas pela internet no modo de fazer jornalismo e, de uma forma geral, nas relações humanas. A entrevistada também pontuou a importância de analisar o descompasso que há entre as transformações tecnológicas e o acesso da maior parte da população brasileira aos meios de comunicação. Em seguida, Victor e Dilson fizeram imagens de cobertura do canal.

Às 16h, a equipe foi em direção à Matrioska Filmes, produtora do jornalista Luís Nachbin. No local, o grupo teve um desafio técnico: como a sala do jornalista era pequena, foi preciso um grande cuidado na disposição das câmeras e luzes, algo resolvido com a criatividade e o empenho técnico da equipe. Quanto ao conteúdo, a entrevista concentrou-se, basicamente, na análise do espaço ocupado pelo documentário na grade de programação da TV. O jornalista também compartilhou experiências que auxiliaram na compreensão da relação estabelecida entre o passado, o presente e o futuro da mídia televisiva.

2.2.3 Terceiro dia de gravação

A primeira entrevista foi no turno da manhã, na produtora Conspiração, em Botafogo, com o diretor geral de pós-produção Cláudio Peralta. Inicialmente, Victor e Dilson fizeram as imagens de cobertura. Em seguida, foi realizada a entrevista com o profissional indicado. O foco foram os desafios da pós-produção. Entre os principais aspectos, abordou-se o modo como efeitos especiais contribuem para a transmissão de mensagens

audiovisuais tanto na TV quanto na publicidade, bem como as vantagens proporcionadas pelos recursos tecnológicos para a diversificação do conteúdo. A entrevista foi complementada com demonstrações do trabalho da equipe no departamento de pós-produção da produtora.

A segunda gravação foi realizada à tarde, na sede da ESPN Brasil. O personagem foi o jornalista Rubens Pozzi. Toda a entrevista girou em torno dos desafios de fazer esporte na televisão contemporânea e futura. Rubens analisou como a internet, os serviços de vídeo *on demand* e as plataformas digitais têm ampliado a experiência do público e proporcionado opções de maior interatividade. O entrevistado também discorreu sobre a complexidade do fazer televisão concomitantemente ao crescimento de outras mídias.

Após essa entrevista, todos partiram rumo à terceira gravação do dia, com o dramaturgo Marcílio Moraes. A entrevista aconteceu no escritório do autor, no bairro do Leblon. O dramaturgo discutiu, basicamente, a força e a relevância da telenovela para a sociedade brasileira. Além de analisar quais os principais aspectos para uma narrativa teledramatúrgica de sucesso, o autor comentou a ascensão das séries e a possibilidade de, no futuro, novos formatos ficcionais ocuparem o espaço das novelas.

2.2.4 Quarto dia de gravação

O último dia de gravação no Rio de Janeiro concentrou-se na entrevista, na sede da Rede Globo, no Leblon, com o diretor executivo de entretenimento multiplataforma Guilherme Bokel. O entrevistado discutiu as tendências contemporâneas e as perspectivas para o futuro da TV, a convergência midiática, a relação entre grade de programação e vídeo *on demand*, a noção de narrativa transmídia, entre outros. Não foi possível gravar imagens de cobertura, uma vez que o término da entrevista se deu em um horário próximo à ida da equipe para São Paulo.

2.2.5 Quinto dia de gravação

A primeira gravação na cidade de São Paulo foi na Rede TV!. A emissora, que fica em Osasco, foi a única locação do dia. A primeira tarefa era acompanhar os bastidores do programa Melhor pra Você, matinal apresentado por Celso Zucatelli, Edu Guedes e Mariana Leão. Aproveitou-se o momento para a captação de várias imagens de cobertura. Após o programa, a equipe entrevistou o apresentador Celso Zucatelli. No cenário da atração, o entrevistado analisou o impacto da convergência para a televisão e as novas formas de o público lidar com o conteúdo.

O segundo entrevistado foi Wanderley Villa Nova, diretor do programa Melhor pra Você. O profissional concentrou suas respostas na análise de como os conteúdos jornalísticos e os de entretenimento têm se relacionado e o quanto isso tem contribuído para uma maior aproximação do público com os produtos. Vale ressaltar que essa gravação foi prejudicada por questões técnicas. Por ter sido feita em pé, e só com um microfone, a qualidade de áudio e vídeo não foi igual ao que se estava realizando até então; por isso, seu conteúdo não foi usado no documentário, restringindo-se apenas ao Programa *On-line*.

Após essa gravação, foi realizada a visita guiada por toda a sede da emissora, caracterizada por um alto padrão tecnológico. No meio da tarde, gravou-se a última entrevista do dia, com o superintendente de jornalismo e esportes Franz Vacek. O jornalista conversou com a equipe sobre os desafios de se fazer telejornalismo de qualidade e com um viés participativo e moderno. Franz vê como positiva a maior participação do público e as contribuições trazidas pela internet e pelos dispositivos móveis.

2.2.6 Sexto dia de gravação

O segundo dia de gravações em São Paulo foi dedicado às entrevistas no escritório da Fox, na Vila Olímpia, e na sede da Rede Record, localizada na Barra Funda. Gerente de conteúdos

originais do Canal Fox, Carlos Queiroz foi o primeiro entrevistado do dia, no turno da manhã, e abordou a produção de conteúdo em tempos de mídias convergentes. Analisou o papel da televisão aberta, da televisão fechada e da internet, bem como discutiu as principais características do público de hoje. O entrevistado também falou sobre o conceito de transmídia e a relevância das narrativas para a produção de conteúdos televisivos.

A gravação seguinte aconteceu às 14h, na Rede Record. Além da visita guiada aos estúdios e salas de produção, que rendeu imagens de cobertura de grande importância para o vídeo, a equipe conversou com Cláudia Aied, editora executiva do programa Balanço Geral. A editora aproveitou sua experiência para discutir o papel do jornalista, o modo como o seu trabalho tem se transformado desde a ascensão da internet e também a relação entre jornalismo e entretenimento. O entrevistado indicado pelo canal tinha sido o superintendente artístico Paulo Franco. No entanto, um imprevisto na agenda dele impediu o encontro.

2.2.7 Sétimo dia de gravação

Pela manhã, o grupo saiu às 9h30 rumo à Bossa Nova Films, na Vila Beatriz. O entrevistado foi o diretor Lecuk Ishida. O grupo teve a oportunidade de conhecer as diversas áreas de atuação da produtora e fazer algumas imagens de cobertura. Com Lecuk, a entrevista, realizada entre 11h e 12h, foi centrada nas discussões sobre direção para TV. O diretor também analisou a importância do documentário para a televisão contemporânea e as principais diferenças entre produção de conteúdo para a TV aberta, TV fechada e publicidade. Parte da entrevista também se concentrou no modo de o público interagir com os conteúdos.

A segunda gravação do dia foi realizada no Alto de Pinheiros, na casa da escritora Thelma Guedes. A entrevista sobre os rumos da teledramaturgia foi de grande aprendizado. Thelma analisou a relevância da novela para a televisão brasileira. Além

de explicar o passo a passo do processo de escrita e abordar também aspectos gerais da produção e do consumo de materiais televisivos, a escritora enfatizou a importância das boas narrativas para o presente e o futuro da televisão.

Em seguida, o grupo permaneceu em Pinheiros. Aproveitando o espaço para a próxima gravação, os integrantes fizeram depoimentos e fotos para o *making-of* [34] e para as redes sociais em uma praça do bairro. Depois das 17h, todos foram para a casa onde aconteceu a terceira gravação, que foi feita com o apresentador Leo Madeira. A conversa foi reveladora no que diz respeito ao descortinar de aspectos da TV não abordados por outros convidados, especialmente o caráter comercial das emissoras e o fato de elas serem concessões públicas voltadas para os interesses privados. Leo também analisou como a interatividade tem sido realizada e os desafios de se produzir conteúdos relevantes para um público cada vez mais ávido por participação.

2.2.8 Oitavo dia de gravação

A equipe chegou ao Museu da TV, no bairro do Sumaré, por volta das 10h. No local, além da captação de imagens de cobertura, ricas e importantes para a posterior montagem do documentário, o grupo conversou com a responsável pelo espaço, a atriz e escritora Vida Alves. Experiências compartilhadas e um pouco da história da televisão foram alguns dos focos da gravação. Vida conversou sobre a importância do museu, as transformações tecnológicas e a relevância da TV para o público brasileiro.

A última gravação ocorreu na sede da Band, no bairro do Morumbi. A equipe chegou à Band às 17h, horário acertado com o jornalista Ricardo Boechat. A entrevista concentrou-se

[34] O *making-of* é o registro metalinguístico de um objeto cultural (filme, disco, show, etc.), produzido em formato de filme (geralmente promocional), que mostra a preparação e os bastidores de um produto cultural. In: RODRIGUES, Sérgio. "*Making of*" ou "*Making off*". **Veja**. São Paulo, 19 ago. 2010. Disponível em: <http://migre.me/sEx7Q>. Acesso em: 26 dez. 2015.

em diversos aspectos pertinentes à pesquisa: o perfil do público contemporâneo, as transformações no modo de fazer televisão, a grande penetração da internet e dos dispositivos móveis e os desafios para a produção de conteúdos jornalísticos relevantes. Também foi discutida a apropriação dos meios por parte dos consumidores de mídia.

2.3 Gravação do Programa *On-line*

As gravações do Programa *On-line* foram realizadas nos dias 16 e 17 de outubro de 2015, na Escola Curumim, em Itabuna, Bahia. O espaço utilizado foi uma sala de aula. A intenção foi reproduzir uma sala de TV. Como o destaque principal era para o elenco, o cenário tinha apenas duas poltronas, duas almofadas e dois quadros na parede. Em cada episódio, chegou-se a usar alguns elementos cênicos, tais como celular, *tablet*, controle remoto, vasilhas de pipoca e salgados, entre outros.

Por conta da necessidade de se imprimir uma logística prática, que não ocupasse muito o tempo do elenco e dos realizadores, a gravação em dois dias se mostrou como uma alternativa viável. Como só foram gravados os esquetes dramáticos de cada episódio, que ocupavam em torno de uma página e uma página e meia de roteiro, o maior desafio foi administrar o tempo e as mudanças de figurinos e texto a cada novo programa.

Os atores receberam o roteiro previamente e realizaram alguns ensaios, mas também tinham a liberdade de improvisar algumas falas, contanto que a intenção principal de cada cena não se perdesse. E assim aconteceu. Por conta da experiência de Thierry com teatro e de Brisa com música, ambos se sentiram bem à vontade em cena e conseguiram transmitir as emoções intentadas. Os nomes dos personagens, por exemplo, identificados como Caio e Carla, foram escolhidos pelos atores, que se sentiram mais confortáveis assim, tendo em vista que o roteiro não previa tal identificação para o casal, marcada apenas como “Ela” e “Ele”.

Variando entre situações mais engraçadas e outras mais sérias, o tom que prevaleceu no programa foi o do humor, mas não o escrachado ou caricato. As situações provocavam reflexões sobre o hábito de ver TV de um modo informal e bem-humorado. As risadas do público podem vir como consequência, mas não foram objetivo preestabelecido. O tom de humor foi escolhido por se tratar de um formato para a web e pela situação retratada estar mais próxima da comédia do que do drama. A intenção dos diálogos era conferir um aspecto mais leve e casual, sem parecer didático. A escolha da ordem de gravação foi definida pela quantidade de texto, priorizando-se os episódios maiores.

2.3.1 Primeiro dia de gravação

Muitos imprevistos marcaram o primeiro dia, o que gerou um atraso considerável e uma reorganização da ordem do dia. Tendo em vista as dificuldades iniciais para montagem dos equipamentos e arrumação do cenário, a gravação começou com duas horas de atraso. O posicionamento das duas câmeras usadas (Canon T5i e Canon T3i) demorou um pouco. Como não foi realizado ensaio para marcar adequadamente o espaço, alguns problemas de delimitação tiveram que ser resolvidos na hora da gravação. Por conta disso, só foram gravados dois episódios. Os atores foram compreensivos e aproveitaram esse tempo para ensaiar.

Quanto aos equipamentos, além das já citadas câmeras, foram usados os mesmos *spots* de luz utilizados na gravação do documentário. No que tange aos recursos de áudio, cada ator gravou com um microfone de lapela, cedidos para gravação pela UESC. Ambos foram conectados ao gravador, optando, assim, mais uma vez, pela captação separada das faixas de áudio e vídeo. Também foi usado o *boom*, conectado à câmera 2.

A iluminação foi montada com o objetivo de distribuir a mesma quantidade de luz sobre os dois personagens. Para isso, os equipamentos foram posicionados nas laterais do cenário, facilitando que a luz fosse espalhada de modo uniforme. A câmera

1 gravou em plano aberto americano (na altura do joelho), e a câmera 2 gravou em plano fechado, com foco nas expressões faciais dos personagens. Como cada entrada do casal se resumia a poucos segundos, o plano fechado foi considerado desnecessário na fase de pós-produção.

O primeiro episódio gravado foi "TV aberta". Nesse programa, apresenta-se o comportamento típico de cada personagem. O personagem masculino é um espectador tradicional, apegado ao horário fixo da televisão aberta; a personagem feminina, por sua vez, está mais interessada em consumir conteúdos *on-line* e interagir com os internautas.

A segunda gravação foi do episódio "Entretenimento". O programa mostra mais uma vez o contraste entre o casal. Enquanto ele adora assistir televisão e ver a sala de TV como um "refúgio" e uma opção de relaxamento, ela prefere se desfazer da sala e encontrar diversão de outras formas. Após a gravação, foi encerrado o primeiro dia de atividades.

2.3.2 Segundo dia de gravação

Apesar do desafio de gravar oito programas em uma tarde, o segundo dia foi mais produtivo, por conta da maior familiaridade da equipe com a situação de gravação e o entrosamento mais efetivo entre os membros.

O primeiro episódio gravado foi "Esporte". Nele, Carla se prepara para ir ao estádio, ao passo que Caio prefere ficar em casa assistindo ao jogo de futebol em sua TV, ao lado dos amigos. O programa problematiza o espectador que se habituou ao conforto da televisão em casa e deixou de fazer outras atividades de entretenimento. Também é destacada a força do esporte na transmissão de eventos ao vivo.

Em seguida, gravou-se o episódio "TV fechada", no qual Caio está bastante empolgado vendo TV até perceber que Carla está cancelando o pacote de televisão a cabo, por conta da

insatisfação com o serviço e a necessidade de reduzir despesas. Enquanto tentam convencer um ao outro, os dois percebem que, com os benefícios oferecidos pela operadora, ainda é possível ter TV paga em casa.

A gravação posterior foi do episódio “Publicidade”. Neste episódio, Carla se incomoda com o excesso de propaganda na televisão. Já Caio mostra gostar muito dos comerciais e tenta convencer a companheira a comprar uma nova TV, mesmo sem necessidade. Enquanto tenta se livrar das justificativas infundadas, Carla continua insistindo na necessidade de desmontar a sala de TV.

O episódio seguinte foi “Telejornalismo”. Nesse programa, Caio se impressiona com a informalidade do jornalismo contemporâneo e passa a notar a maior aproximação da linguagem jornalística com o entretenimento. Ao mesmo tempo, Carla se mostra mais atualizada e resolve mandar um vídeo para o telejornal, denunciando os problemas da rua.

Após um breve intervalo para o lanche, foi gravado o episódio “Telenovela”. O programa mostra o hábito de Caio ver novelas, diferentemente de Carla, que parece não ligar muito para essas narrativas e, pela falta de costume, acaba se impressionando com a abordagem dos temas e a rapidez das telenovelas atuais.

Em seguida, gravou-se o episódio “Série”, no qual Carla é uma fã incondicional das séries estrangeiras. Caio, por sua vez, prefere as minisséries brasileiras. Enquanto tenta se interessar pela série que Carla está assistindo, Caio problematiza os limites, a repercussão e os desafios das produções nacionais e internacionais.

Logo após, houve a gravação do episódio “Internet”. Nesse programa, Carla fica impressionada ao perceber que uma estrela dos canais da internet vai fazer novela. Caio tenta mostrar à companheira que a televisão ainda é a janela que confere maior sucesso aos artistas, mas Carla é irredutível e prefere convencê-lo de que ninguém vê mais TV como antes e que o presente e o futuro estão na internet.

Por fim, gravou-se "Documentário". Neste programa, Caio é bastante desinteressado no formato e Carla tenta mostrar-lhe as vantagens desse tipo de narrativa. Ao ver várias opções, Caio acaba se envolvendo, mas o foco se perde quando Carla resolve voltar a discutir o problema da manutenção da sala de TV.

2.4 Escrita do e-book

O *e-book* foi escrito assim que o documentário e o programa passaram para a fase de finalização. A equipe se concentrou de modo mais enfático na produção dos textos do livro, que se caracterizaram pelo aspecto expositivo. Para a escrita, foi necessário retomar os estudos teóricos realizados na fase de pré-produção, com a recuperação de resenhas e fichamentos. No livro, há a explicação dos eixos teóricos principais do trabalho, transformados em verbetes.

A escrita dos textos do *e-book* durou, em média, um mês, entre dezembro e janeiro. Para realizar a síntese teórica, foi preciso buscar autores e abordagens representativos com os quais os realizadores concordassem. Tratou-se, assim, de um exercício de aprofundamento na literatura sobre as temáticas, com o mínimo de citações diretas e o máximo de paráfrases. Por conta do espaço e visando um produto de leitura agradável, cada capítulo ocupa, em média, duas a três páginas do livro, visto que se trata de um guia conceitual, que esclarece alguns desdobramentos dos temas, mas não esgota a discussão.

Como o documentário e o programa são concentrados nas entrevistas, o *e-book* apresenta-se como um atrativo para o público de pesquisadores que o projeto pode atrair. Por meio dos 12 capítulos que compõem a obra, é possível entender melhor os fenômenos caracterizadores da convergência, bem como ter acesso a autores e obras importantes para esses estudos. Busca-se, assim, estimular novas pesquisas.

2.4.1 Organização dos textos

Os textos estão organizados em torno de doze verbetes principais. Além deles, a apresentação e a conclusão dão conta de realizar breves comentários históricos, com base em textos de Braune e Rixa (2007), Daniel Filho (2003), Melo (2010) e Alencar (2004). A parte efetivamente teórica está estabelecida na seguinte ordem: cibercultura; interatividade; interface; convergência; vídeo *on demand*; cultura participativa; *interator*; mídias digitais; segunda tela; *social TV*; transmídia; e hipertelevisão.

A organização se baseou na estruturação de temas mais gerais até os mais específicos, levando em conta a sustentação teórica. A cibercultura, por exemplo, é um fenômeno que vem sendo estudado há mais tempo do que a narrativa transmídia, dele decorrendo outros aspectos estudados, daí a tentativa de se traçar um perfil de aproximação lógica entre os temas, partindo de temas mais amplos até que fossem alcançados os específicos.

O livro é finalizado com um texto que apresenta perspectivas gerais para o futuro da televisão brasileira, com base nos apanhados teóricos e nas conclusões da pesquisa. É reforçado também o caráter disparador do guia conceitual, que, além de complementar o conteúdo audiovisual de **Programe-se**, pode estimular novos estudos e aprofundamentos.

2.4.2 Identidade Visual

A identidade visual idealizada para o *e-book* foi concentrada na linguagem dos guias de programação, desde o índice até a disposição dos textos em cada capítulo. A ideia parte da mescla dessa linguagem em dois tempos distintos: os guias comuns das décadas de 1950 até 1990 e os guias digitais presentes nas tevês a cabo que ganharam notoriedade no Brasil a partir de meados da década de 1990 e que seguem até a atualidade.

A capa do *e-book* trouxe uma leve textura de papel antigo, em uma tentativa de proporcionar ao leitor a experiência de

projeção de uma versão impressa desse mesmo produto, apesar de ser um conteúdo digital, agradando-se, assim, aos leitores tradicionais.

No índice, a proposta foi trazer os títulos dos assuntos como programas que irão ao ar. Para isso, foi utilizado o menu de opções, tão comum atualmente na TV fechada. A numeração das páginas vem como a disposição de horário de exibição. Os textos vêm com a descrição de cada programa, composto por foto e caixa de texto com informações específicas da atração. Os assuntos estão alocados também como faixas de programação. As cores do *color bar*[35] se fazem presentes para determinar a faixa do tema discutido.

[35] A *color bar* ("barra de cores") é um sinal de vídeo composto por faixas nas cores branco, amarelo, ciano, verde, magenta, vermelho, azul e preto. É utilizado, na televisão, geralmente na madrugada, por conta da baixa audiência, como medida técnica para conferir a manutenção do sistema técnico de imagem. Enquanto essa imagem é exibida, o departamento técnico regulariza aspectos ligados à geração, tratamento e transmissão do sinal de televisão.

Entrevista com Bruno Pinaud (Agência NBS)

Entrevista com Lecuk Ishida, na Bossa Nova Films

Entrevista com Thelma Guedes (GLOBO)

Entrevista com Franz Vacek (REDE TV!)

Cláudio Peralta (CONSPIRAÇÃO)

PÓS-PRODUÇÃO

3 PÓS-PRODUÇÃO

A fase de pós-produção[36] envolve diversos aspectos inerentes ao processo de conclusão de um trabalho audiovisual. A etapa de maior importância desse estágio é a edição. Essa tarefa exige tempo, domínio técnico de programas específicos de edição de imagem e som e, além de habilidade e criatividade, sensibilidade para entender as necessidades do vídeo e compor uma obra que corresponda aos objetivos traçados no roteiro. Não por acaso, a fase de montagem é segmentada entre profissionais específicos, que dividem entre si a edição de imagem, a edição de som, a computação gráfica, a composição de trilha musical e a finalização, etapas que serão analisadas e descritas nos próximos tópicos.

3.1 Documentário

3.1.1 Decupagem

A primeira fase no processo de edição é a decupagem (WATTS, 1999), etapa marcada pela escolha, análise e descrição das imagens, áudios, textos e planos que entrarão no documentário. Trata-se de uma análise minuciosa de todo o material bruto, ou seja, de tudo que foi gravado. Lucena (2012) reforça a importância da decupagem, tendo em vista que, com o relatório da minutagem — marcação dos intervalos de tempo dos trechos selecionados —, será possível, em todos os estágios da pós, localizar as imagens, áudios e textos com facilidade.

[36] SALLES, Felipe. Etapas da produção. In: **Apostila de cinematografia**. Disponível em: <http://goo.gl/X0RrQ7>. Acesso em: 26 ago. 2013.

No caso de documentários, também se realiza a transcrição das entrevistas. Embora nem sempre se realize a transcrição literal, em **Programe-se**, os realizadores optaram por escrever exatamente tudo que foi falado, o que facilitou o processo de montagem da ficha de edição e, posteriormente, do roteiro final. A decupagem durou quase dois meses, entre agosto e setembro de 2015. Inicialmente, foram feitas as transcrições. Essa atividade não apresentou problemas. Com o texto em mãos, já foram destacados alguns trechos que poderiam fazer parte do documentário. Durante o mês de setembro, foi feita a decupagem das imagens das câmeras e a seleção dos áudios.

A opção do grupo foi buscar o que havia em comum nos discursos e sequenciá-los em blocos temáticos específicos, formando um texto, compreendido por Lucena (2012) como o "esqueleto" do documentário. Visto que, inicialmente, foram identificados muitos temas e informações, foi necessário estruturar melhor os discursos. Para isso, o mês de outubro foi dedicado à composição dos caminhos narrativos do documentário.

3.1.2 Narrativa

É preciso criar uma lógica de sustentação do discurso (PUCCINI, 2009) que seja capaz de justificar a realização do filme. Da filmagem à montagem, o documentarista está sempre repensando conceitos, alternativas e viabilidades (PUCCINI, 2009). É importante, nesse processo — além de realizar escolhas técnicas, narrativas, discursivas, estéticas, ideológicas, políticas e conceituais —, colocar-se no lugar do público e projetar quais sensações devem ser estimuladas (MURCH, 2004), priorizando, assim, as suas emoções.

Para isso, é importante determinar "onde começa a história, onde termina e como a informação se distribui ao longo do caminho" (BERNARD, 2008, p. 62). O público é favorecido com a chance de preencher as lacunas deixadas pelo documentarista e tornar-se ainda mais ativo. Bernard (2008) também destaca a apresentação de um ponto de vista equilibrado, a carga suficiente de

informação (transmitida, por vezes, de modo surpreendente e desafiador) e, em certos temas muito específicos, a importância de ouvir vários especialistas e opiniões sobre o assunto. Em **Programe-se**, a polifonia de argumentos alimentou o debate e evidenciou o caráter fluido das transformações pelas quais a televisão vem passando. Além disso, foi possível compreender como diferentes veículos de comunicação do país pensam essa fase atual da TV, possibilitando, assim, o equilíbrio dos discursos.

Nesse sentido, organizou-se a seguinte estrutura: questionamentos gerais de abertura; função e importância da televisão no Brasil; televisão e internet; convergência; público e audiência; interatividade e feedback; redes sociais; conteúdo; segunda tela; multitelas; linguagem; grade de programação; conteúdo *on demand*; narrativas; transmídia; e, por fim, as perspectivas para o futuro. O roteiro final está disponibilizado no APÊNDICE A.

Sobre a estrutura clássica de início, meio e fim, Lucena (2012) destaca o olhar atento para a abertura. Devem ser evitadas as soluções didáticas, permitindo que a história vá se construindo no decorrer da narrativa. Uma abertura que explica tudo atrapalha a fluência textual e impede que o público participe de modo mais intenso. Por isso, opta-se, no documentário **Programe-se**, por realizar uma abertura com questionamentos e não com respostas. Além de servir para apresentar parte dos personagens, a abertura lançou mais dúvidas do que certezas. Os primeiros blocos (televisão e internet) também introduziram o tema ao público, incitando os desdobramentos seguintes.

O meio do roteiro é o espaço para a apresentação do desenvolvimento do tema, desdobrado nas informações centrais, exposições de opinião confluentes e opostas, ilustrações, exemplos e aprofundamentos. Na narrativa de **Programe-se**, o meio foi preenchido com as temáticas de maior densidade e que exigiram maiores reflexões. Por isso, dá-se a composição com os assuntos mais complexos: convergência; público e audiência; interatividade e feedback; redes sociais; conteúdo; segunda tela; multitelas; linguagem; grade de programação; conteúdo *on demand*; narrativas; e transmídia.

O final da história deve apresentar a conclusão das intenções apresentadas inicialmente, mas não por isso encerrar a discussão. Muito pelo contrário: o documentário, devido ao seu cunho social e próximo da realidade, estimula a discussão de questões importantes para a sociedade, projetando soluções, implicações e despertando novos interesses e posicionamentos sobre as temáticas discutidas. A conclusão da narrativa de **Programe-se** é dada com perspectivas para o futuro da televisão.

3.1.3 Edição

A montagem representa a conclusão do processo de adoção de um ponto de vista por parte do documentarista (PENAFRIA, 2001). É na edição que a narrativa terá o ritmo e a sequência de planos definidos, criando, enfim, a mensagem geral a ser veiculada. A montagem define o controle narrativo, por meio da sucessão de imagens e sons, em uma organização criativa e planejada.

Zettl (2011) destaca as quatro funções básicas da edição: combinar, reduzir, corrigir e criar. Martinelli (2006), por sua vez, reforça o teor criativo do trabalho do editor, responsável efetivamente por criar as cenas no vídeo, tendo em vista que nem sempre a cena descrita no roteiro será a mesma na narrativa videográfica. A liberdade de coordenação dos planos e *takes*[37] é quase ilimitada. Murch (2004) destaca a importância de serem gravadas várias cenas, haja vista que uma boa quantidade de material vai garantir maiores possibilidades na edição, favorecendo uma montagem mais dinâmica.

Quanto à edição propriamente dita, a prática do corte, ou seja, "o momento de transição para o plano seguinte" (MURCH, 2004, p. 16), é a mais comum. Entre um plano e outro,

[37] Unidade de gravação ininterrupta caracterizada pelo intervalo entre o ligar e o desligar da câmera. Uma cena pode ser pensada sob diferentes pontos de vista e enquadramentos, mas cada tentativa de gravação de cada plano será chamada de *take*. No processo de edição, escolhe-se o melhor *take* de cada plano gravado, ampliando e selecionando, assim, as opções de montagem.

o corte define a velocidade narrativa, configurando-se como a "operação elementar da montagem" (PUCCINI, 2009, p. 98). O corte é um elemento de manipulação da realidade, que pode introduzir a mudança de câmera, de movimento, de cena, de ponto de vista, criando uma continuidade visual, por vezes e preferencialmente, imperceptível ao espectador que não conheça os recursos de edição.

Para Murch (2004), o corte deve apresentar alguns elementos fundamentais: ser capaz de refletir a emoção do momento; permitir o avanço do enredo; acontecer no momento ideal para a manutenção do ritmo; respeitar os limites do foco de interesse do espectador e a movimentação dentro do quadro, bem como o eixo de filmagem e a continuidade do espaço.

É preciso encontrar o momento exato em que a cena deve ser cortada, quase que na hora do "piscar de olhos", como metaforiza Murch (2004). Nesse processo, é preciso sensibilidade para captar o que a imagem "fala" e "pede". E não se trata de intuição, mas sim de potencialidade e treino do olhar para encontrar a melhor forma de montar e cortar.

Parte-se, então, de um roteiro de edição (PUCCINI, 2009), cujas principais funções são a orientação da montagem, a definição da estrutura (com ou sem divisão em bloco temático), a ordem das cenas, a mistura de vozes, o desenvolvimento do tema desde a abertura, passando pelos desdobramentos internos até chegar à resolução. Na criação da ficha de edição de **Programe-se**, a escolha do texto foi anterior à escolha dos planos e das imagens de cobertura.

Todas as reuniões dos realizadores com a orientadora, no mês de outubro de 2015, foram concentradas na definição do roteiro de edição, finalizado no início de novembro, até que fosse possível chegar a uma versão de aproximadamente 30 minutos. O que se priorizou foi a manutenção da estrutura narrativa, com as mesmas temáticas. Houve também a busca pelo balanceamento dos discursos no que tange à aparição dos entrevistados.

Desde o primeiro corte[38], a tarefa ficou sob a responsabilidade de Tcharly e Dilson. Para o processo de edição de imagens do documentário e do programa *on-line*, utilizou-se o programa Adobe Premiere Pro CS6. Apenas na finalização, que será descrita em outro tópico, foi utilizada a versão mais recente do programa, o Adobe Premiere Pro CC.

Na primeira ordenação de sequências, é montada a macroestrutura do filme, com a organização das cenas. Em seguida, passa-se para a microestrutura, que é a ordenação dos planos (PUCCINI, 2009). Em **Programe-se**, esse processo foi respeitado. Inicialmente, foram sincronizados os áudios e os vídeos de todos os arquivos originais da câmera 1.

A edição prosseguiu com a montagem dos cortes. "À medida que a edição progride, você trabalha para ter um corte bruto. [...] Mas a sua história geral e a estrutura dela já estão no lugar, e você tem alguns, se não todos, os elementos na mão" (BERNARD, 2008, p. 199). Pensando nisso, a partir do segundo corte, foi iniciado o processo de criação da microestrutura, com a inserção das imagens da câmera 3.

Para o terceiro corte, foram acrescentadas as imagens da câmera 2. Para dar prosseguimento à montagem, os três cortes seguintes se concentraram na inserção dos elementos de computação gráfica, que serão explicados no tópico específico. Ao longo do processo, também foi decidido que as imagens captadas pela GoPro seriam aproveitadas no documentário, desfazendo a decisão inicial de usar tais imagens apenas no programa *on-line*.

Para facilitar a compreensão dos diversos assuntos discutidos, optou-se por uma sutil divisão em blocos temáticos. No vídeo, são projetadas palavras-chave relativas a cada novo tema introduzido e também como elementos que reforçam trechos dos discursos dos entrevistados. Em alguns casos, a palavra surge na primeira menção, ao mesmo tempo em que o personagem fala;

[38] Conforme define Zettl (2011), o primeiro corte corresponde à disposição inicial e experimental das tomadas e sequências de tomadas a partir da sua duração e definição prévia da ordem. Trata-se, nesse sentido, da primeira versão do material montado.

em outros casos, a palavra surge como elemento temático, apresentando ou resumindo o assunto em discussão. Essa divisão evita a necessidade de uma blocagem explícita e de um narrador, assim como contribui para guiar o entendimento do público.

Bonasio (2002) destaca a relevância dos movimentos videográficos para o processo de pós-produção: os primários, marcados pela movimentação do sujeito no *take* ou na cena; os secundários, identificados pela movimentação da câmera ou lente; e os terciários, criados pelas transições e efeitos de edição. Em **Programe-se**, houve a prevalência dos movimentos secundários e terciários.

A câmera 3, concentrada em imagens de bastidores e em planos não convencionais, captou imagens com movimentos secundários. Quanto aos movimentos terciários, eles foram cruciais na criação dos efeitos de computação gráfica, que percorreram todo o documentário, evidenciados nas transições, imagens entrecortadas e nos jogos de janelas, recursos que conferiram dinâmica para a narrativa.

Quanto ao ritmo da edição, nota-se que ele é definido pelo conteúdo de cada *take*, complexidade da imagem nele contida e contexto no qual ele vai aparecer em cena, como explica Bonasio (2002). Nesse aspecto, a densidade é marcada pela quantidade de *takes*. Já a intensidade corresponde à sensação de energia provocada por cada *take*. Daí, pode-se afirmar que o documentário **Programe-se** é um vídeo denso e intenso, ou seja, há uma variedade de *takes* e, em boa parte deles, uma sensação de energia, provocada pelas inserções da câmera 3 e pelos recursos de computação gráfica.

Bonasio (2002) também discorre sobre os tipos de edição. Nesse quesito, há um hibridismo no documentário: construiu-se uma narrativa marcada pela edição métrica, com *takes* de tempos com duração similar, mas também há algo da edição temática, haja vista que são o tema e os subtemas que dão o ritmo e conteúdo à edição. Não se pode deixar de identificar também os traços da edição de tonalidade ou emocional: a escolha das cores e dos efeitos visuais e sonoros foi construída com vistas a causar a sensibilização do público-alvo.

3.1.4 Identidade visual e computação gráfica

A identidade visual de um produto videográfico diz respeito a um conjunto de escolhas que favorecem a transmissão bem construída de um conceito e envolvem as cores, elementos cênicos, planos e enquadramentos utilizados. Essas relações indicam que a identidade está associada às opções estéticas determinadas pela direção de fotografia, pela direção de arte[39] e pela direção geral. Em **Programe-se**, devido às diferentes vertentes nas quais o projeto se apresenta, foi preciso trabalhar com identidades visuais distintas, que possuíssem suas próprias paletas de cores[40], porém tendo um elemento em comum. No início do processo da criação de uma identidade visual, é preciso resgatar e/ou pesquisar algumas referências que possam ter (ou não) elementos em comum com o tema discutido no produto.

Inicialmente, as pesquisas para o documentário se concentraram em produtos que possuíssem uma carga visual inovadora, algo que fosse diferente das grandes produções do *mainstream*[41]. Dentre os vídeos selecionados, um se destacou: *The TV Show*[42], um videoclipe de animação japonesa que mostra, através da *color bar* e de um enredo bem-humorado, as diferentes linguagens da televisão convergindo em uma só.

O elemento em comum de todos os produtos foi a *color bar,* que é apresentada de formas variadas: serviu como parâme-

[39] A direção de arte, dentro de um contexto audiovisual, é o desenvolvimento da criação de linguagem visual de um projeto. O diretor de arte (ou editor de arte) coordena todos os elementos que compõem a identidade visual do produto, que vai da concepção dos figurinos, objetos de cena, cenários, paletas de cores a criação de vinhetas, efeitos gráficos e divulgação visual e impressa.

[40] A paleta de cores é uma tabela com as diferentes cores e tonalidades que farão parte do vídeo. Por meio dela, é possível escolher a representação visual de elementos cênicos e efeitos de computação gráfica, de modo a manter a compatibilidade conforme as variações previstas na paleta.

[41] Tendência ou movimento ligado à arte que agrada grande parte da população, tornando-se um produto de muito sucesso.

[42] THE TV Show. Direção: Sugimoto Kousuke. Performance: MANABE Takayuki. Videoclipe, 03'28". Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BQ9YtJC-Kd8>. Acesso em: 10 set. de 2015.

tro para a barra de créditos[43], para as vinhetas dos intertítulos[44] e para as cores usadas nos efeitos de transição de tela dividida. Desse modo, além da representatividade da *color bar*, foi necessário algum outro elemento que marcasse melhor a identidade do documentário. Para isso, foi encontrado um recurso que traduz a linguagem gráfica atual e que possui grande ligação com o tema do documentário: o NDA — *New Digital Aesthetics* (em português, Nova Estética Digital)[45], além do *glitch*[46].

Em **Programe-se**, esses elementos trazem a simbologia da construção e desconstrução sobre o "pensar TV" atualmente, bem como a interferência dos diversos meios na produção televisiva. A sensação de "defeito" traz uma ideia de camadas de construção como se algo que está por trás do que é apresentado fosse revelado aos olhos dos espectadores. O programa usado para a criação dos efeitos de computação gráfica foi o Adobe After Effects CS6.

Como abordam Azevedo e Conci (2003), a computação gráfica é uma ferramenta não convencional que permite ao artista um maior poder de criação. Através dela, podem ser criadas imagens antes inimagináveis. Com a difusão de softwares que auxiliam na concretização das ideias, foi cada vez mais preciso que os criadores artísticos obtivessem um conhecimento no estudo de técnicas de desenho, teoria da computação, entre outros.

---

[43] A barra de créditos corresponde ao texto colocado em certos momentos do vídeo (em nomes de entrevistados e locais mostrados na tela, por exemplo), por meio de inserção de elementos de computação gráfica.

[44] Vinhetas de intertítulos são textos, aliados a um recurso de animação, que aparecem na tela com o objetivo de evidenciar a mudança de abordagem temática. Em uma aproximação com um texto escrito, corresponderia ao subtítulo de um texto.

[45] Surgido em 2012, o NDA apresenta a beleza da distorção gráfica de vídeos, jogos (principalmente os da década de 1980), os pixels, etc. No mundo real, com a visão humana cada vez mais centralizada às telas de *smartphones*, televisores e *tablets*, essa estética propõe uma celebração aos erros cometidos pelas máquinas. Segundo o futurista Bruce Sterling, essa estética valoriza a indefinição do real e digital. In: STERLING, Bruce. **Wired**. [Blog Internet]. An essay on the new aesthetic. New York: Corey Wilson, 4 fev. 2012. Disponível em: <http://www.wired.com/beyond-the-beyond/2012/04/an-essay-on-the-new-aesthetic/>. Acesso em: 30 set. 2015.

[46] A palavra *glitch* tem origem alemã e significa algo como escorregar ou deslizar. Foi inicialmente bastante utilizada na eletrônica e cibernética. Na prática, é uma falha no sistema eletrônico que provoca desde uma interferência a uma imagem mal-acabada, instabilidade.

Os recursos de animação e de manipulação de imagens, como câmeras lentas e transições, embora típicos da linguagem cinematográfica ficcional, podem ser usados no documentário sem lhe tirar o papel de representar uma realidade (SALLES, 2005). A animação, em um filme, pode vir combinada com ações reais, a chamada *live-action* (MARTINS, 2007), funcionando assim para ressaltar elementos subjetivos, históricos, cômicos ou psíquicos, e também pode ser usada em toda a extensão do vídeo, representando situações objetivas ou subjetivas. O documentário **Programe-se** mesclou os recursos de computação gráfica com as entrevistas, com evidente predominância do *live-action*.

De modo geral, pode-se dizer que há cinco matérias básicas de expressão de um filme: a fala, a imagem filmada, o ruído, a música e as configurações gráficas. Aragão (2006) usa o termo "configurações gráficas" para se referir aos elementos de linguagem verbal, numérica, pictórica e esquemática que fazem parte da dimensão gráfica de uma obra audiovisual, inclusive a linguagem gráfica em movimento. O título, os créditos, as informações institucionais são recursos que costumeiramente aparecem em toda obra videográfica.

A narrativa de **Programe-se** conta, de modo enfático, com a presença de recursos de computação gráfica desde os créditos iniciais, com as informações sobre apoiadores e realizadores; a abertura, que sintetiza questionamentos sobre o assunto a ser discutido; as barras de créditos, apresentando cada entrevistado com o nome, cargo e local em que trabalha; palavras-chave; os clipes que são intercalados entre sonoras; as transições de imagem e os créditos finais.

Aragão (2006) discorre sobre os efeitos que são provocados pelas aberturas que usam elementos gráficos: chamar a atenção do espectador, gerar expectativa sobre o contexto, provocar empatia ou incômodo para o espectador, apresentar personagens e locais da trama e expor partes da narrativa.

Na abertura de **Programe-se**, o espectador é imerso em um ambiente multitelas, o qual se inicia no elemento-chave do projeto, a *color bar*. Cada entrevistado está inserido em uma cor

da gama composta pelo elemento, como uma forma de dar destaque às falas e apresentar recursos que o diferenciem de uma abertura convencional. A posição e a quantidade das telas, enfatizando o conceito de multitelas, é uma forma de exemplificar o mundo atual onde todos têm sua atenção dividida entre várias telas e muitos conteúdos. Durante as sonoras, as disposições e dimensões das telas são variadas, muitas vezes entrecortando o vídeo, dando a ideia de "peças de quebra-cabeça" que são completadas a partir da visão do espectador.

Um aspecto importante para esse tópico da abertura é o movimento, seja ele feito a partir do uso das transições em *glitch* ou criados no programa a partir do uso do *null object* (em português, "objeto nulo"), que apesar de não realizar modificações no projeto da computação gráfica, quando utilizado como controlador de câmera no programa After Effects, possibilita uma criação de movimentação de câmera que se assemelha ao real.

Outro elemento no qual a abertura se baseia é a profundidade. Na ótica de Azevedo e Conci (2003), a percepção de espacialidade de uma imagem é compreendida como a capacidade de o indivíduo estabelecer a distinção entre formas, cores, texturas e a relação espacial existente entre os objetos reais do mundo.

No documentário, a ideia da profundidade é destacar o quão amplo é o ambiente televisivo, mostrando o que muitas vezes não é visto. Um exemplo mais específico sobre o uso da profundidade é no final da abertura: após a última sonora, ocorre um movimento circular para frente evidenciando o quanto havia se aprofundado e o quanto havia para ser apresentado.

Além disso, outro recurso utilizado para evidenciar a profundidade de campo foi o *glow*, efeito que dá aos objetos uma luminosidade regulável. No caso do documentário, trabalhou-se uma luminosidade que remete ao neon. Utilizaram-se também filtros de imagens com texturas que dão a impressão de telas arranhadas. A utilização das texturas é uma forma de auxiliar o espectador a perceber o movimento (AZEVEDO; CONCI, 2003).

Para o título **Programe-se**, foi escolhida a fonte *Minimal*, em branco, a cor obtida a partir da junção de todas as outras (PEDROSA, 2003). Ao fundo, o *color bar* utilizado como sombreamento. A simbologia por trás do *design* do título é mostrar que o documentário não quer tratar a televisão atual apenas em sua visão geral, mas também quer tratar dos componentes que contribuem para as tendências contemporâneas.

As palavras-chave usadas no documentário se equiparam a intertítulos. Com base em Gaudreault e Jost (1990), Aragão (2006) expõe as funções dos intertítulos, dividindo-os em efeitos linguísticos e efeitos narrativos. Os linguísticos têm o papel de guiar o espectador, facilitando a interpretação dos significados, ampliando a informação gerada pela imagem. Os narrativos situam tempo e espaço, resumem ações, antecipam sequências e colaboram com a progressão narrativa.

Em **Programe-se**, as palavras projetadas graficamente no vídeo têm função linguística quando reforçam o discurso; e narrativa, ao introduzirem as temáticas específicas, tais como convergência, segunda tela, transmídia, entre outras. As palavras possuem estética presente na identidade visual do produto: a coloração com *glow* e o *glitch* como movimento de entrada e saída.

No documentário há, assim, a presença de configurações gráficas extradiegéticas[47] sobrepostas ou intercaladas às imagens filmadas. Os créditos iniciais de **Programe-se** apresentam a informação de que este se trata de um trabalho de conclusão de curso. Além disso, apresentam também os apoiadores do projeto; ao todo, dez logomarcas. Em seguida, entram os créditos dos realizadores. Durante a transição entre as informações, foi utilizado o *glitch* para introduzir o espectador à linguagem visual que será apresentada posteriormente.

Para os créditos dos entrevistados, foram utilizados movimentos de entrada e saída também em *glitch*, com efeito de

[47] De modo geral, a diegese está ligada ao aspecto interno da narrativa, visto como a realidade própria e o mundo real da história. O que está fora dessa realidade é considerado extradiegético. Quanto aos recursos de computação gráfica usados em **Programe-se**, por serem elementos externos ao ambiente da cena, são considerados extradiegéticos.

iluminação; porém, diferentemente da transição por interferência, o movimento é de rolagem para cima e para baixo, dando dinamicidade aos entrevistados e chamando a atenção do público para uma nova informação. Também foi utilizado o efeito *glow*.

A creditação é composta pelo nome do entrevistado (remetendo ao *design* do título do documentário), o seu cargo e a empresa de comunicação que ele representa. A fonte utilizada foi a *Minimal*, dimensionada para dar destaque ao nome do personagem. Já para os créditos finais, optou-se pela tela em *black* com a textura de vidro arranhado (usada anteriormente na abertura) e as informações seguindo o *design* proposto desde o início do documentário: a fonte branca e com sombreamento nas cores da *color bar*, junto ao efeito *glow*, intercaladas com as transições em *glitch* para conferir movimento.

3.1.5 Efeitos de transição

Embora tenha sido usado o corte seco[48], houve um equilíbrio com as vinhetas e efeitos de transição. Para a criação desses efeitos, baseou-se na estética do NDA. As formas de desconstrução e interferência propostas nesse movimento artístico proporcionaram uma identidade específica para o documentário. Ao todo, foram utilizados 23 tipos de transições diferentes. Dez delas foram adquiridas no fórum de discussão 3D1[49], as outras foram criadas por Dilson, seguindo o conceito do movimento NDA e tomando como referência vídeos do site *Envato*[50] disponibilizados no YouTube.

---

[48] O corte seco corresponde a um corte, no processo de edição, marcado pela ausência de efeitos de transição, ou seja, a mudança de um plano para outro se dá de modo imediato e sem intermediários.

[49] 3D1. Fórum em que designers de diversas partes do mundo compartilham experiências, respondem dúvidas e disponibilizam arquivos e tutoriais para outros designers Disponível em: <http://www.tresd1.com.br/forum>. Acesso em: 6 set. 2015.

[50] ENVATO. Coordenação de Collis Ta'eed. Desenvolvido por Collis Ta'eed, Cyan Claire, Jun Rung, 2006. Site norte-americano que proporciona a venda de produtos de computação gráfica, como aberturas, créditos, encerramentos. Disponível em: <https://www.envato.com/>. Acesso em: 20 set. 2015.

Os efeitos de transição são usados para entrecruzar momentos durante a narrativa. A ideia é tornar o discurso mais fluido também com o uso do grafismo. Para isso, foram elencados os seguintes momentos: as mudanças de informações nos créditos iniciais e finais e o término da abertura com a imagem seguinte do documentário, dando a ideia de que alguém mudou de canal. As transições também foram usadas para demarcar as imagens de cobertura, trazendo movimento e dinamicidade para elas, e, por fim, como entrada e saída dos clipes.

Por conta do uso de recursos de transição em grande quantidade e da intensidade emocional provocada pela complexidade sugerida nas cenas, é possível classificar a montagem do documentário como uma montagem complexa (ZETTL, 2011), uma vez que há uma ruptura com as convenções videográficas, a partir do uso de imagens entrecortadas e o cruzamento proposital das linhas vetoriais. Há também a utilização de telas múltiplas e cortes rápidos.

No documentário, há a inserção de cinco clipes de transição que funcionam não como divisão em blocos, mas como espaços de alternância de fluxo narrativo e apresentação de elementos visuais sem o discurso verbal. Para isso, cada clipe, de 10 segundos cada, resume uma ideia que contribui para a conexão das cenas.

No primeiro clipe, são apresentados alguns personagens em momentos de descontração. A ideia é familiarizar o público com os profissionais que aparecerão durante a narrativa. O segundo clipe mostra a maioria das emissoras e produtoras visitadas durante a gravação. Foram utilizadas as imagens nas quais apareciam as logomarcas dos locais a fim de apresentar e identificar as empresas.

O processo de produção foi escolhido como tema para o terceiro e o quarto clipes. Para eles, foram selecionados trechos que mostram os bastidores das emissoras e produtoras durante as suas rotinas produtivas. As imagens mostram desde a criação de pautas nas redações à gravação em estúdio e a edição

nos *switchers*[51]. O maquinário utilizado na produção televisiva também é mostrado nesses clipes para apresentar ao público mais detalhes sobre o modo como se faz TV. O quinto e último clipe é um contraste entre o passado e o futuro.

Os clipes foram editados de modo diferente, quando comparados à abertura. O conceito do NDA foi respeitado, porém com a utilização de uma coloração remetendo à *color bar*. As transições, feitas com iluminação, variam entre o *glitch* e o *flare*[52]. O conceito de multitela permaneceu, porém, diferentemente da abertura, as telas apresentam conteúdos diferentes, fazendo o espectador observar mais atentamente os conteúdos de cada janela.

3.1.6 Edição de som e trilha musical

O sentido e a estrutura de um filme estão concentrados na construção de uma camada sonora e de uma camada audiovisual (CARVALHO, 2007). A trilha sonora, nesse sentido, corresponde não apenas à trilha musical, mas é composta por efeitos sonoros (sons e ruídos) e voz (falas e narrações). A união desses recursos é um dos elementos que caracteriza, junto com a imagem, a linguagem cinematográfica. É preciso, assim, pensar na composição de uma paisagem sonora (SHUM, 2008), expressão ligada à definição de um ambiente sonoro correspondente a toda configuração sonora que compõe uma obra, sejam sons abstratos, como as trilhas musicais, ou sons reais, como os típicos de um dado ambiente.

A respeito das escolhas sonoras, Armes (1999) expõe funções básicas da edição de som, que envolvem o balanceamento

[51] Também conhecida como mesa de corte, o equipamento facilita a transmissão televisiva e é geralmente usado para selecionar vários tipos de imagens de diversas fontes, câmeras, videoteipes, caracteres, entre outros elementos.

[52] O *flare* é um defeito ótico que acontece quando a luz penetra diretamente através das extremidades da lente da câmera. O resultado desse defeito são manchas luminosas em formatos circulares. Mais comum na fotografia, é usado no NDA para aquecer a imagem ou torná-la mais colorida, bem como dinamizar efeitos de transição.

dos áudios, as correções, o equilíbrio com momentos de silêncio e som ambiente, recursos muito parecidos com os realizados na edição de imagem. Murch (2004) destaca, inclusive, que os editores de som sempre pensam os filmes em duas dimensões, desde o momento da captação. A dimensão horizontal envolve a sequência de um som após o outro. A dimensão vertical implica os sons que acontecem de modo simultâneo. É preciso, assim, um trabalho criativo "na criação e integração de uma tapeçaria de som multidimensional" (MURCH, 2004, p. 135).

Em **Programe-se**, o som desempenhou um papel crucial: além de complementar o ritmo e os efeitos gerados pela imagem, o som funcionou também como correção para as falhas da captação, bem como contribuiu para uma construção narrativa mais eficaz.

O processo foi iniciado com a exportação do projeto de áudio, por meio do Adobe Premiere CC, no formato *omf*, que permite a manipulação completa das bandas sonoras presentes na montagem final do software de vídeo em outros softwares específicos para áudio. Em seguida, partiu-se para o nivelamento de volume entre as entrevistas, permitindo que todas fossem ouvidas na mesma amplitude de som. A DAW — *Digital Work Station* (em português, a "estação de trabalho de áudio digital") utilizada foi o Adobe Audition.

Para a edição, realizou-se uma afinação dos cortes entre os *takes* e a substituição de trechos com ruídos extremos por algum trecho de "silêncio" captado na gravação. Também, nesse processo, ocorreu a perfeita sincronização de áudio e vídeo, assim como a inserção de efeitos de transição. Em seguida, teve início a etapa de tratamento de som, correspondente à remoção dos ruídos e texturas indesejadas a partir do isolamento de frequências exclusivas e sua conseguinte anulação.

Para o desenho de som[53], foram inseridos efeitos *FX*, ou seja, produzidos em estúdio. Assim como no trabalho da computação gráfica, houve a prevalência do efeito *glitch*, que alude

[53] Desenho de som é o processo de ordem técnica e criativa que envolve a manipulação, a criação e a organização do som em uma obra artística.

a uma "pane no sistema", oriunda do universo da computação. Também foram utilizados filtros sonoros para distinguir o áudio da abertura — que se aproxima de um áudio de alto-falante — das outras partes do documentário, marcadas por um áudio mais neutro, sem efeitos diferenciadores.

Quanto à trilha musical de **Programe-se**, composta por Victor Brasileiro e Danley Rodrigues, a composição foi realizada na DAW Ableton Live. Buscou-se transmitir uma estética contemporânea e próxima ao teor de discussões suscitadas pela narrativa. Considerando o caráter tecnológico aludido pelo documentário, todos os instrumentos foram virtuais — *Virtual Studio Technology* (em português, "Tecnologia de Estúdio Virtual"). Daí o fato de as músicas usadas serem caracterizadas pelo uso dos sintetizadores — timbres eletrônicos — e de instrumentos como bateria, percussão, baixo, guitarra, pianos e *strings*, timbres responsáveis pela ambiência da trilha musical.

Armes (1999) apresenta as noções de trilha extradiegética e trilha diegética. As diegéticas são identificadas pelos elementos musicais que fazem parte do ambiente narrativo interno da cena. As extradiegéticas, por outro lado, são construídas posteriormente e vão além do contexto interno, tal como a música de uma personagem em um filme, que pode não fazer parte da cena real, mas exerce papel simbólico e psicológico de associação da história com a música.

Conceito semelhante é visto em Shum (2008), quando o autor comenta que um som pode ser ouvido (*on-track*) ou sugerido pelas imagens (*off-track*). Em **Programe-se**, trabalhamos com os sons *off-track*, dada a prevalência de uma trilha musical extradiegética, com músicas compostas e adicionadas ao vídeo na etapa de finalização. As músicas são utilizadas na abertura, nos clipes de transição e no encerramento, ora como som em BG (*background*[54]), ora como som principal. É importante frisar

[54] O som em BG (*background*) diz respeito à trilha que se ouve em plano secundário durante um vídeo. Por vezes, é o som do próprio ambiente e/ou uma música que se escuta ao fundo, durante a veiculação de outro som junto a uma imagem. Por exemplo: o som da rua e uma música colocados ao mesmo tempo em uma entrevista na qual a fala do entrevistado ocupa o plano principal.

que trilhas musicais autorais enriquecem uma proposta audiovisual, tornando seu conteúdo ainda mais autêntico e exclusivo.

A animação temporal da imagem pode ser estimulada, de forma precisa ou flutuante, pela trilha que marca a interpretação das imagens por parte do espectador, dessa forma "unificando ou separando estruturalmente sequências visuais compostas de múltiplos movimentos e mudanças do ponto de vista" (RODRÍGUEZ, 2006, p. 328). Assim, o som costuma ser utilizado como o prolongamento de um som correspondente a um plano até o plano seguinte — efeito de sobreposição ou *overlapping*, que resulta em uma sensação de unidade entre imagens diferentes — e que foi usado em alguns momentos da narrativa. Há também o uso da música de forma homogênea em conteúdos visuais diferentes, de modo a gerar a ideia de uma situação unitária, como o que se observa nos clipes de transição do documentário.

De igual modo, pode-se buscar também a manutenção da estabilidade de um ponto de audição em um contexto caracterizado por planos visuais diferentes, gerando uma relação de interdependência narrativa. Assim, há uma centralização das ações, como na música usada na conclusão do documentário, que se inicia com o discurso dos entrevistados e se prolonga pelos créditos finais.

3.1.7 Finalização

O processo de finalização do vídeo de um produto audiovisual envolve a afinação dos cortes, a correção de cor e a aplicação de filtros caracterizadores da identidade videográfica e estética. Recai sobre a imagem um processo tão longo quanto o realizado na banda sonora.

A finalização do documentário iniciou-se com a avaliação dos cortes originais da montagem. Posteriormente, ocorreu a análise das variações de luz e cor encontradas por conta

do uso de câmeras diferentes. O equilíbrio foi dado a partir da busca de uma uniformidade entre as câmeras, de modo que as imagens tivessem cor, luz e textura bastante próximas. Nesse estágio, é necessário encontrar uma unidade.

Após a afinação dos cortes e a equiparação da luz entre os *takes*, aplica-se a correção de cor, com o nivelamento de luz presente no vídeo. Através do uso de recursos adicionais (*plug-ins)* do Adobe Premiere e outros *softwares*, como o Magic Bullet, a correção foi realizada, seguida da aplicação dos filtros e texturas pretendidas. A coloração usada no documentário, voltada mais para o azul, foi pensada no sentido de aproximá-lo de uma estética cinematográfica.

3.2 Programa *On-line*

3.2.1 Decupagem

A decupagem do programa *on-line* ocorreu em novembro. Inicialmente, foram selecionados os melhores *takes* de cada episódio. Em seguida, foi selecionado o respectivo arquivo de áudio. A escolha de cada *take* se deu tanto pela qualidade da interpretação quanto pela apresentação do texto, no sentido de preservar a mensagem textual e o aspecto estético.

Quanto às escolhas das partes das entrevistas que comporiam o conteúdo do programa *on-line*, esse processo se deu em paralelo à análise dos trechos para o documentário. Como os programas foram pensados em temas bastante específicos, ficou fácil estabelecer o que caberia a cada episódio e o que se restringiria apenas ao documentário.

Desse modo, de outubro a novembro, foi feita a primeira ficha de edição de todos os episódios, com os textos dos apresentadores e dos entrevistados. Assim como no documentário,

a montagem inicialmente textual favoreceu uma manipulação mais rápida dos arquivos no momento da edição propriamente dito. Com o "esqueleto" (LUCENA, 2012) em mãos, Tcharly partiu para a montagem de cada programa.

3.2.2 Narrativa

Puccini (2009) localiza na figura do montador a mesma importância creditada a um coautor, por conta da autonomia criativa e da capacidade de criar soluções não previstas no roteiro. Nesse aspecto, comprovou-se o caráter de criação inerente à pós-produção. A importância de rever o roteiro de edição já se mostrou no primeiro corte de cada programa, apresentado à orientadora em meados de novembro. Daí, foi possível estabelecer o padrão narrativo.

Com base na estrutura de início, meio e fim (LUCENA, 2012), cada programa começa com o problema lançado pelo casal apresentador (TV aberta, Esporte, Telenovela, TV fechada e Internet), em uma evidente apresentação do conflito. Os outros cinco programas (Telejornalismo, Entretenimento, Série, Documentário e Publicidade) são iniciados com um trecho emblemático de alguma entrevista, com a mesma intenção de lançar a problemática narrativa do programa, só que agora do ponto de vista dos entrevistados. Após esse preâmbulo, sempre vem a vinheta de abertura.

O meio do programa é, então, preenchido com os diferentes pontos de vista dos entrevistados sobre cada tema, intercalados com a discussão do casal. Alguns elementos narrativos são comuns a todos os episódios, como a sala de TV, que agrada ao personagem masculino, mas desagrada à personagem feminina, e os comportamentos opostos de ambos em relação ao hábito de assistir TV.

Como o programa foi pensado com uma estrutura narrativa autônoma e não sequencial, de modo a permitir que o públi-

co assista ao episódio que quiser, sem necessariamente ter que acompanhar todos, cada edição é concluída com uma discussão do casal, que dificilmente entra em acordo sobre o problema em questão. Desse modo, buscou-se despertar a curiosidade, e não a obrigação, de o público acompanhar a continuidade da história nos outros episódios.

3.2.3 Edição

O primeiro processo foi a sincronização dos arquivos de áudio e vídeo. Em seguida, foi feito o primeiro corte, ainda no domínio da macroestrutura (PUCCINI, 2009), que se mostrou insuficiente para as peculiaridades narrativas. Os programas estavam sem ritmo. Como as entrevistas estavam relativamente longas, as falas rápidas dos apresentadores não eram compatíveis, o que gerava uma junção de diferentes elementos sem um fio condutor que os unificasse.

Por conta disso, foram definidos novos parâmetros para a edição: cada entrada de um entrevistado não deveria ultrapassar 30 segundos; alguns áudios deveriam ser editados com o efeito de sobreposição ou *overlapping*; e por fim, sempre que possível, os entrevistados apareceriam mais de uma vez em cada episódio.

O segundo corte, definidor da microestrutura, já estava com um ritmo mais dinâmico. Além disso, apresentou outro acréscimo: a inserção de imagens gravadas com a GoPro, que, inicialmente, seriam as únicas complementares da câmera 1. Após a análise do segundo corte, na primeira quinzena de dezembro, observou-se que era preciso dinamizar a narrativa, especialmente com as entrevistas que não tinham a alternativa da GoPro. Daí, para o terceiro corte, foram inseridos os planos da câmera 2, garantindo um novo ritmo. Os programas também entraram no tempo idealizado, com no máximo cinco minutos. O quarto e o quinto cortes foram dedicados às inserções dos elementos de computação gráfica.

Nesse sentido, reforçaram-se as funções da edição, aludidas por Zettl (2011): combinar, reduzir, corrigir e criar. Todas as quatro etapas foram necessárias durante a edição dos programas: a combinação dos discursos dos entrevistados com as falas dos apresentadores; a redução temporal e textual do material; a correção dos pressupostos iniciais de montagem e a criação de recursos de dinamização da narrativa. A edição do programa caracterizou-se, como métrica, com planos de duração análoga.

Quanto aos movimentos videográficos (BONÁSIO, 2002), houve a predominância dos terciários, com as transições entre as câmeras e os efeitos de computação gráfica. No que concerne ao ritmo, o programa pode ser considerado denso, por conta da variedade de *takes* das três câmeras. Não há, no entanto, grande intensidade, visto que a sensação de energia era mínima, diferentemente do documentário.

3.2.4 Identidade visual e computação gráfica

Para o programa *on-line*, foi pensado um tipo de identidade visual que fosse diferente daquela apresentada no documentário. Por isso, aproveitaram-se algumas características do projeto executivo, por conta da semelhança com a linguagem pensada para o programa *on-line*. A ideia foi utilizar uma estética com pouca profundidade de campo, algo que remetesse aos desenhos animados, com mais descontração, como o que é comumente encontrado em conteúdos da web. A fonte utilizada foi a *Agency FB,* assim como no projeto executivo. O trabalho visual teve como centro as telas, o símbolo do projeto.

A computação gráfica concentrou-se nas vinhetas de abertura e de encerramento, nos créditos dos entrevistados e nas transições de início e término. Inicialmente, na abertura, é possível ver um ícone de uma tela carregando, elemento comum no ambiente da internet, que já marca o ambiente para qual o produto foi proposto. Ao finalizar esse carregamento, é possível "mergulhar" nessa tela e perceber que há outra tela dentro dela, reforçando a ideia

de um conteúdo dentro do outro. Durante a apresentação de cada uma, surgem os nomes dos temas discutidos nos episódios.

As cores utilizadas fazem parte da gama composta na *color bar*. A entrada do título foi realizada com a referência de várias pequenas telas formando o nome **Programe-se**. O *on-line* veio com uma iluminação parecida com a utilizada no documentário. A imagem final da abertura coincide com o nome do episódio, centralizado e colocado com a mesma fonte, a *Agency FB*. Já os créditos mantiveram a simbologia da *color bar* e, através da animação de camadas de cores, as informações foram apresentadas de forma mais simples, porém com o necessário movimento.

3.2.5 Efeitos de transição

As transições dos programas foram usadas em dois momentos: após a abertura, para marcar o início oficial do desenvolvimento do tema, e depois da última entrada dos apresentadores, para evidenciar o fim do programa e o começo dos créditos finais. Para essas transições, pensou-se em formas geométricas em movimento. Para a transição de entrada, foram utilizadas formas triangulares nas cores da *color bar*, que se atravessam realizando a transição da abertura para a primeira sonora do programa. Já para o encerramento, foi pensada uma ficha branca que dá início à mudança de outras fichas nas cores presentes na *color bar,* dando a ideia de conteúdos que se perpassam.

3.2.6 Edição de som e trilha musical

Entende-se que as mudanças de som, sejam da ordem da intensidade, sejam do tom ou da presença-ausência, também devem estar em paralelo com as mudanças visuais: "como aproximações, elevações, descidas, mudanças de cor, mudanças de plano etc." (RODRÍGUEZ, 2006, p. 327). Percebe-se, assim, que a dimensão sonora não é um simples complemento da imagem,

mas um elemento de total relevância para a condução da narrativa audiovisual, tendo em vista a transmissão de sensações espaciais, a condução da interpretação do conjunto audiovisual e a organização narrativa do fluxo discursivo, elementos apresentados por Rodríguez (2006) para fortalecer o papel do som como instrumento de coesão da montagem audiovisual.

Na versão *on-line* de **Programe-se**, a edição se deu de modo semelhante ao documentário, partindo-se da exportação de arquivos e seguindo-se para o nivelamento de volume, a afinação dos cortes e o tratamento de som, com a remoção dos ruídos indesejados. A trilha musical, criada na DAW Ableton Live, inspirou-se em um caráter mais leve e extrovertido, condizente com a proposta do programa.

As trilhas de abertura e de encerramento foram compostas de modo a corresponder às vinhetas de animação da computação gráfica. Também foram usados componentes típicos da paisagem sonora, realizados no processo de construção do desenho de som. Por isso, são usados efeitos, como filtros diferenciadores das partes dos apresentadores e dos entrevistados. As cenas do casal contam com um efeito em *background* que visa reproduzir o som de um televisor ligado, conferindo, assim, maior veracidade às situações retratadas.

Os instrumentos e o fluxo de trabalho foram basicamente os mesmos usados no documentário, variando apenas alguns timbres.

3.2.7 Finalização

Durante a finalização do programa, foram realizadas as mesmas etapas realizadas na conclusão do documentário: análise de cortes feitos na montagem, avaliações sobre variações de luz, cor e textura, na busca pelo equilíbrio visual. Em seguida, realizou-se a correção de cor, o nivelamento de luz e a aplicação de efeitos. A coloração final ficou próxima do sépia, buscando, assim,

imprimir uma estética diferente daquela observada no documentário. Desse modo, foi possível marcar também a linguagem visual de cada produto. Essa marca de distinção estética também reforçou o princípio transmidiático no qual essa proposta se sustenta.

3.3 E-book

3.3.1 Diagramação

A diagramação consiste na técnica de disposição de elementos textuais e imagéticos em uma página digital ou impressa. No que compete a esse processo, é importante compreender a hierarquia da informação e analisar o espaço da página para que a distribuição do conteúdo não cause desconforto para o leitor. Do contrário, a leitura do material pode se tornar uma experiência insatisfatória de aprendizado.

Para essa etapa final do *e-book*, foi utilizado o programa de edição de imagens Adobe Photoshop CS6. A partir da definição da identidade visual, foi iniciado o processo de texturização das páginas. A fonte escolhida para o corpo do texto foi a *Walkway SemiBold,* e os títulos dos capítulos seguiram o padrão da fonte *Minimal*. Nessa etapa, foram selecionadas as imagens que ilustram todo o *e-book*, escolhidas a partir de uma reanálise do material gravado para o projeto. Após essa escolha, foi aplicado um filtro chamado *Halftone*, que, a partir da união de vários pontos, forma uma imagem. Esse filtro é uma espécie de ilusão de ótica e ainda é visto em impressão de imagens em livros e revistas.

Concluído o processo de diagramação do *e-book*, as páginas foram organizadas e agrupadas no formato PDF. Essa conversão foi feita no site *Smallpdf*.

Na organização final, cada capítulo ocupou uma média de duas a três páginas, com textos intercalados com imagens. Os títulos de cada seção são também ilustrados com situações que

remetem à temática. Essa composição visual também é reproduzida no sumário, no intuito de se buscar a aproximação com os guias de programação. A *color bar*, por sua vez, muito usada no projeto, é ressignificada por meio de uma listra horizontal na capa, bem como pelo uso das formas geométricas na numeração das páginas. Na pós-produção, decidiu-se também que o *e-book* ganharia o subtítulo de Guia Conceitual. No próximo capítulo, é possível ter acesso ao conteúdo textual do guia.

Entrevista com Débora Garcia (FUTURA)

Entrevista com Flávia Lima (GNT)

Entrevista com Márcio Motokane (FUTURA)

Entrevista com Rubens Pozzi (ESPN BRASIL)

Entrevista com Susanna Lira (Modo Operante Produções)

Gravação com Leo Madeira

GUIA CONCEITUAL

4 GUIA CONCEITUAL

4.1 Apresentação

O sucesso das telenovelas, a partir da década de 1960, especialmente com o clássico *O Direito de Nascer* (TV Tupi, 1964), foi um dos elementos que garantiram que a televisão conquistasse papel de intensa dominação cultural no Brasil. Alencar (2004, p.18) chega a falar que, a partir dali, "o Brasil nunca mais seria o mesmo: depois das capitanias hereditárias, o País estava dividido em capítulos". Metaforicamente, é uma verdade. Assim como o futebol e a música, a televisão brasileira transformou a nação e fez das nossas produções um exemplo de qualidade e de referência sobre os hábitos nacionais para todo o mundo. Esse dado histórico, todavia, não impede que seja percebido um novo paradigma que, aos poucos, vai se desenhando.

O que é a televisão hoje? Defini-la em poucas palavras seria reduzi-la em conceitos que não dão conta de traduzir sua complexidade. A televisão seria um "simples instrumento, manipulado segundo os desejos e intenções daqueles que detêm o poder, em qualquer sociedade" (MELO, 2010, p. 93)? Talvez sim. Afinal, como todo meio de comunicação, a TV está em total sintonia com as estruturas sociais. Observa-se, no entanto, que o controle exercido pela televisão tem sido revisto ao longo das últimas décadas. Embora ainda seja responsável por reunir uma audiência de milhões de espectadores, a TV vive uma fase de transição, que já permite ao público dominar outras formas de acesso aos conteúdos audiovisuais, especialmente com o desenvolvimento da internet e dos serviços de vídeo *on demand*.

Alguns fenômenos delimitadores desse novo estágio da televisão são os objetos de estudo desse guia conceitual, parte integrante do projeto **Programe-se**. Trata-se de um instrumento para pesquisadores, estudantes e curiosos que, assim como seus realizadores, têm uma relação afetiva e acadêmica com a televisão.

Em cada um dos verbetes a seguir, há a explanação de um conceito a partir da ótica de teóricos representativos para a área. Por conta da complexidade dos temas, foi preciso escolher alguns autores e textos, ou seja, as abordagens aqui apresentadas correspondem a pontos de vista específicos sobre os assuntos, que não os esgotam. Muito pelo contrário, o papel dos verbetes é explicar os conceitos de modo panorâmico e objetivo, estimulando novos aprofundamentos.

Assim, parte-se da noção de cibercultura, conceito emblemático para o estudo das tecnologias virtuais. Segue-se para a compreensão da interatividade e das formas de interface, que têm garantido novos mecanismos de acesso aos meios de comunicação. Em seguida, conceitua-se um dos principais temas do livro: a convergência.

Após situar o leitor em um universo teórico mais amplo, há a abertura para a compreensão dos elementos caracterizadores da convergência e dos novos hábitos do público. A partir do entendimento do vídeo *on demand*, há a exposição também sobre a formação de uma chamada cultura participativa. Logo após, no intuito de evidenciar o papel do público nesse contexto de transformações, são apresentados os conceitos de *interator* e redes sociais, bem como os comportamentos e práticas que surgem em consequência das novas interações, como a noção de segunda tela e de *social TV*.

Por fim, aborda-se a definição de transmídia, conceito sustentador do projeto **Programe-se**, e de hipertelevisão, fase atual da TV, que surge como resposta a alguns dos fenômenos analisados nos capítulos anteriores. A intenção da obra não é dar conta de explicar todos os conceitos em profundidade, mas, sim, esclarecer aspectos básicos e estimular novas pesquisas a partir da sinalização dos principais autores e textos de referência para o campo de estudo.

4.2 Cibercultura

A cibercultura é uma das principais áreas de pesquisa do filósofo francês Pierre Lévy (1996; 1999; 2004). Trata-se de uma tentativa de definição para o conjunto de relações sociais e produções artísticas, intelectuais e éticas dos indivíduos interconectados pelos computadores no ciberespaço, visto como uma rede de conexão digital que permite a interação entre computadores e usuários. Trata-se, então, da cultura típica do ciberespaço.

Lévy destaca as três entidades básicas da cibercultura: técnica (artefatos utilizados pelos atores sociais), cultura (ligada à dinâmica das representações) e sociedade (a relação entre as pessoas, seus laços e trocas), que são distintas do ponto de vista conceitual, embora mantenham uma inter-relação.

O autor enfatiza a necessidade de se reavaliar constantemente as implicações culturais e sociais causadas pelos novos comportamentos da era digital, como as interfaces entre o corpo e o sistema cognitivo humano, o desenvolvimento das mídias e a reconfiguração do mercado de trabalho, tanto nas relações humanas quanto nos novos instrumentos digitais que têm revolucionado as técnicas profissionais.

O conjunto de conhecimentos compartilhados por meio da interação entre os indivíduos pertencentes à comunidade virtual é definido, por Lévy, como uma inteligência coletiva. O ciberespaço, como um dispositivo interativo e participativo de comunicação, é um espaço de excelência para o desenvolvimento dessa inteligência. Termo usado por William Gibson no romance *Neuromante*, de 1984, o ciberespaço é compreendido por Lévy como um ambiente aberto de intercomunicação mundial dos computadores e suas memórias, incluindo os sistemas eletrônicos transmissores de informações digitais.

A ampliação do ciberespaço trouxe algumas consequências; entre elas, o surgimento de redes digitais interativas. Por outro lado, é possível identificar aspectos delicados, como

o isolamento e o *stress* causado pela mesma comunicação que facilita as relações, bem como a dependência e o vício na navegação. Vale ressaltar também o monopólio das grandes potências econômicas nas principais questões ligadas à sociedade em rede, inclusive com a exploração do trabalho de outras nações. Em paralelo a esses fenômenos típicos, vê-se o desenvolvimento de uma televisão que busca novas formas de interatividade, simultâneo ao crescimento da internet, mesmo com os excessos de conteúdos nem sempre de grande utilidade.

Em tempos de convergência, a cibercultura aparece como um conceito importante para se entender o princípio dos estudos sobre o virtual, haja vista a crescente transformação nas comunicações e nos relacionamentos mediados pela tecnologia. É pertinente para compreender a dimensão profunda existente desde a consolidação de uma memória coletiva e comum, cooperada, coordenada e alimentada pelos usuários da internet quase que constantemente e em tempo real.

Há, assim, uma virtualização de várias vertentes da economia e da sociedade, mediada, entre outros aspectos, pelas redes móveis e suas múltiplas possibilidades de alcance, diante da integração digital e da comunicação multimídia. Desenvolvem-se, desse modo, elementos que caracterizam o ciberespaço como um ambiente cada vez mais interconectado, integrado e com tentativas de universalizações, já que esse domínio cultural pleno é inatingível por conta das diferenças econômicas, culturais e sociais entre as nações.

Lévy considera que a comunicação proporcionada pela televisão nunca é completamente plena, impedindo que os atores se tornem participantes de fato. Hoje, essa noção já pode ser um pouco revista, embora as tentativas de interatividade se deem de modo controlado. O autor vê a rede de computadores como uma oportunidade de universalização de pessoas e de conhecimentos. Essa integração geradora da chamada inteligência coletiva deve ser capaz de gerar recursos e competências que atendam a todos os grupos e não apenas aos líderes mundiais e aos grupos dominantes.

Embora reforce a força da comunicação promovida pelos computadores, Lévy defende que um novo modo de comunicação raramente suplanta o anterior. A acumulação, circulação e proliferação de informação são mais bem exploradas, e há a constituição de um novo universo informacional.

Santaella (2003) destaca que as mensagens transmitidas pelos meios de comunicação, nesse ambiente cultural, promovem um hibridismo de linguagens. Por meio do consumo desse conteúdo midiático, as comunidades virtuais se ligam por fios invisíveis na rede. Há, assim, uma complexificação da realidade, por meio do diálogo entre as mídias e o conhecimento compartilhado, colaborando assim para o desenvolvimento de uma "realidade aumentada" (SANTAELLA, 2003, p. 229). Essa ampliação da realidade é vista positivamente por Lévy, já que há maiores chances de cada indivíduo ser, em potencial, emissor e receptor.

Por sua vez, Lemos (2005) reforça a transformação causada pela cibercultura ao elencar as principais características desse ambiente de interconexões: o surgimento da informática, a convergência tecnológica, o desenvolvimento dos computadores e dos dispositivos móveis, a computação ubíqua — com a proliferação do *wi-fi* e dos sinais 3G e similares — e, por fim, a própria privatização do espaço público, a partir da diminuição da privacidade provocada pela maior penetração da internet na vida das pessoas.

4.3 Interatividade

Lemos (1997) afirma que a compreensão atual de interatividade está ligada ao universo das mídias digitais, uma forma de interação marcada pelo aspecto técnico, diferente das interações que marcaram o mundo analógico. Delimita-se, assim, a interatividade como a relação entre o homem e a técnica, caracterizada por uma ação dialógica.

Na ótica de Lemos (1997), a comunicação digital viabilizou uma comunicação mais universal no que compete à circulação de informações, rompendo com o modelo unidirecional do "um-todos" e partindo para uma situação de "todos-todos". A concepção e a difusão da informação são alteradas, assim, por conta das transformações tecnológicas e da resposta que o público confere aos conteúdos, a partir da zona de contato com as máquinas e as informações que elas produzem.

Lévy (1999) ressalta que o comportamento mais ativo do receptor não é uma grande novidade, tendo em vista que a passividade plena não existe. O espectador não apenas codifica, mas também interpreta as mensagens veiculadas. O grau de interatividade varia a depender da possibilidade de o receptor se reapropriar e recombinar o material da mensagem. Tal compreensão se aproxima dos estudos de Jenkins (2009), que entende a interatividade como as formas planejadas pela tecnologia para dar conta do *feedback* (retroalimentação) do consumidor.

O dispositivo virtual também confere novos contornos às criações artísticas, que podem ser ampliadas com as contribuições de vários participantes, gerando um estágio de criação contínua, quanto maior for a interconexão entre as comunidades virtuais.

Com base nos estudos de Lemos (1997), Montez (2005) apresenta os níveis de interatividade:

Reativo: as opções de *feedback* são direcionadas pelo programa, e o controle do usuário é pequeno;

Coativo: o participante pode controlar a sequência, o ritmo e o estilo;

Pró-ativo: o participante pode controlar a estrutura e o conteúdo.

No que concerne aos níveis de interatividade na televisão, o autor enumera várias etapas, desde o nível mais simples, no qual a ação do espectador se resume a operar questões técnicas,

como ligar, desligar, regular volume e imagem, e trocar de canais com o controle remoto. O acoplamento de *hardwares* à televisão — como o videocassete, as câmeras e os jogos — também ofereceram outras experiências para o espectador, como o maior controle do tempo e a execução de novas tarefas.

Entre os níveis, os mais complexos envolvem a contribuição do telespectador com o envio de conteúdos. Esse estágio envolve a participação em votações, o envio de opiniões sobre os programas e até mesmo a emissão de conteúdo a partir da escolha do ângulo das câmeras e dos encaminhamentos das informações.

Os níveis mais plenos de interatividade permitem o envio de vídeos para o transmissor e a transformação do emissor em produtor de conteúdo, com o envio de programas. Essa fase, apontada como uma marca da televisão digital interativa, oferece a oportunidade de se revisar a lógica tradicional de transmissão, marcada por um modelo unidirecional.

Montez (2005) também aponta algumas características fundamentais da interatividade: 1) a interruptabilidade (que dá a liberdade de o participante interromper o processo quando desejar); 2) a granularidade (o menor elemento que identifique a interrupção da mensagem e reforce que o sistema interativo não está travado); 3) a degradação suave (comportamento que evidencie que o sistema não tem resposta para alguma questão indagada pelo participante, mas que esta será respondida em algum momento); 4) a previsão de todas as indagações possíveis; e 5) o não *default* (o participante deve ter liberdade para seguir a direção que escolher).

Primo (2007), ao analisar a interação mediada pelo computador, observa que a sociedade em rede provocou o repensar de todas as certezas anteriores, dada a abertura provocada pelas novas formas de comunicação digital e pela reconfiguração dos meios tradicionais. Para o autor, é desnecessária uma distinção entre interação e interatividade.

O clique em um ícone de uma interface e uma conversação nos comentários de um blog são igualmente interações.

A interatividade está voltada para a relação menos unidirecional entre o emissor, a mensagem e o usuário, que deixa de ser mero receptor e passa a participar do processo comunicacional de modo enfático.

Os participantes da interação mediada pelo computador são chamados de interagentes. A interação, nesse caso, pode ser reativa, quando depende da previsibilidade e da automatização das trocas. Tal cenário é configurado por respostas controladas, uma vez que surgem como retorno aos estímulos dados pelos emissores. Já a emissão mútua permite uma negociação relacional durante o processo, com os participantes definindo papéis e acontecimentos conforme a ação de um interagente em relação ao outro.

4.4 Interface

Lévy (1997; 2004) utiliza o termo "interfaces" para se referir aos aparatos materiais que estabelecem a interação entre o universo da informação digital e o mundo comum. O conceito é complementado com a compreensão de interface como um dispositivo capaz de garantir a comunicação entre sistemas informáticos distintos ou um sistema informático e uma rede de comunicação.

Já a interface homem-máquina diz respeito aos programas e aparelhos que viabilizam a comunicação entre um sistema informático e o ser humano. Interfaces também redimensionam a relação com os meios de comunicação. Assim como o videocassete fez com a televisão, e o *walkman* com o cassete, há, na contemporaneidade, uma série de transformações provocadas pela interface internet-televisão.

Johnson (2001) reconhece a amplitude de possibilidades aberta pelo termo, mas se refere à interface como um elemento mais específico, ligado à criação de imagens, sons e palavras por meio da manipulação de uma tela. Em um sentido

mais simples, a palavra diz respeito a softwares que formatam a relação entre usuário e computador, conceito que hoje pode ser ampliado para outras plataformas tecnológicas.

A interface corresponde a um tradutor ou mediador dessa relação, "caracterizada por significado e expressão, não por força física" (JOHNSON, 2001, p. 24). São as interações proporcionadas por interfaces que moldam os eventos do ciberespaço, dando acesso a um universo de possibilidades comunicativas aos usuários.

Entre os exemplos discutidos por Johnson, está a importância da janela, que tornou mais fácil o uso do computador, por meio da manipulação e da ampliação dos conteúdos; e o *link*, que "arremessa" o "surfista da web" para outras possibilidades, por meio da liberdade, da imediatez do movimento e da velocidade da informação. Para o autor, a televisão, por sua vez, durante um bom tempo, só tinha o controle remoto como única interface realmente capaz de oferecer um *feedback* real.

Santaella (2003), recorrendo a Heim (1993), situa o uso do termo interface, que surgiu com os adaptadores de plugue utilizados na conexão de circuitos eletrônicos e só depois foi usado para explicitar a conexão humana com uma máquina. O sentido vai além, evidenciando atividades humanas através da tela e até mesmo a encontros entre pessoas e corporações financeiras. A interface acontece, enfim, quando duas fontes de informação "se encontram".

No computador, a interação entre um programa e um usuário gera a interface. A conexão entre o humano e o maquínico se processa por meio de uma nova linguagem, configurada com uma sintaxe própria tecida por redes e conexões, a chamada hipermídia e o chamado hipertexto. Esse transporte de informações e mensagens, segundo Wiener (1968), amplia os sentidos do homem e sua aptidão para a ação.

Lemos (1997), ao estudar a evolução do conceito de interface, aponta para novos caminhos, que levam também à melhor compreensão da interatividade típica da cibercultura.

São as interfaces que possibilitam a interatividade, uma vez que alimentam o relacionamento (analógico, simbólico ou digital) do ser humano com a técnica. O autor aponta nomes importantes para os estudos sobre interface e interatividade, como o de Douglas Engelbart, um dos pioneiros da Informática, que apostava na possibilidade de construção de máquinas "amplificadoras de espírito". Seu trabalho, junto ao de outros atuantes na área, permitiu o desenvolvimento do computador, que deixou de ser visto apenas como uma máquina de calcular e se transformou em uma ferramenta universal de manipulação cognitiva.

J.C.R. Licklider, parceiro de Engelbart, também contribuiu para os estudos, a partir do aprofundamento da noção de simbiose entre seres humanos e computadores. Nos anos 1960, outros pesquisadores desenvolveram estudos que levaram à intervenção através do teclado e do monitor. Isso ofereceu mais dinâmica e uma melhor visualização das informações, intensificando a era dos microcomputadores, *boom* da década de 1970 em diante. Outra fase é inaugurada a partir daí, com a utilização de menus e outros recursos que tornaram os computadores mais interativos, fáceis de manipular e acessíveis. As décadas de 1970, 1980 e 1990 consolidam também os caminhos interativos abertos pelo desenvolvimento de jogos.

A interatividade proporcionada pelas interfaces promove, então, um diálogo mais efetivo, colaborativo e mais amplo entre os indivíduos e as máquinas. Na contemporaneidade, as realidades virtuais simuladas já mostram novos estágios de evolução das interfaces. Aos poucos, inicia-se um processo que deve culminar no fim do *mouse* e do teclado e na manipulação por meio de ondas cerebrais.

Scolari (2014) relaciona o estudo da interface com o desenvolvimento da televisão a partir das experiências recentes de consumo interativo proporcionadas pelos novos aparelhos de TV e os dispositivos que se acoplam a eles, tais como celulares, câmeras e outros.

4.5 Convergência

Na ótica de Santaella (2003), as mídias têm a tendência de se interligarem e se configurarem como grandes redes, sem deixarem de lado suas funções específicas. A televisão, por exemplo, tem o caráter peculiar de agregar diversas manifestações culturais, tentando diluir e neutralizar diferenças históricas e geográficas e atingindo milhões de espectadores.

Ao manter seu perfil, a TV não deixa de dialogar com outras mídias, oferecendo e se apropriando das alternativas disponibilizadas pelo cinema, pela internet e por outras formas de comunicação. Santaella (2003) traça um paralelo com outras manifestações culturais — como a fotografia, a imprensa, o cinema e o livro — para mostrar que a cultura existe em um *continuum* cumulativo e não necessariamente linear.

Como meios de difusão e de comunicação, os meios acabam se complementando. Ao invés da passagem de um tempo para outro, há a complexificação de diferentes perspectivas em um mesmo espaço e ao mesmo tempo. Um dos aspectos mais relevantes no processo de evolução digital foi a convergência das mídias. Santaella (2003) compreende que as quatro formas tradicionais de comunicação — o documento escrito (imprensa, magazine e livros), o audiovisual (cinema, televisão e vídeo), as telecomunicações (telefone, satélites e cabo) e a informática (computadores e programas) — fundiram-se em um único setor, configurando assim o que se compreende como convergência das mídias.

Aludindo a Negroponte (2005), pioneiro nos estudos sobre convergência, a autora explica que a hierarquia de distribuição da TV (com uma fonte única de sinal e escoadouros homogêneos) é diferente da lógica das redes de computadores que formam processadores heterogêneos com potencial para se comportarem como fonte ou como escoadouro. O estudo sobre a convergência ganhou ainda mais fôlego com as contribuições do pesquisador estadunidense Henry Jenkins (2009). Para o autor, vive-se, na contemporaneidade, a cultura da convergência,

marcada pela coalizão das mídias tradicionais e mais recentes e pela interação entre os produtores e os consumidores de mídia.

A convergência é vista como um fluxo contínuo de conteúdos por meio de múltiplos e diversos suportes midiáticos que têm gerado um comportamento nômade e migratório das audiências em relação aos meios de comunicação. Para o autor, a convergência define transformações que alcançam dimensões tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Mais do que um processo de mudança tecnológica, é uma alteração nos padrões culturais a partir do momento em que o público é incentivado a interagir e a buscar novas informações e conexões em meio a conteúdos que coexistem e passam por múltiplos sistemas de mídia.

A convergência refere-se a um processo em andamento e não a um fenômeno fechado. "Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares" (JENKINS, 2009, p. 43). As pessoas já estão imersas em um universo convergente até mesmo sem perceber. Por seu caráter complexo, a convergência atinge também a esfera comercial, por meio do controle das indústrias de entretenimento e informação, e o campo pessoal, por meio do qual as relações humanas se reconfiguram diante das possibilidades abertas pela tecnologia, especialmente com as mídias digitais e as diferentes estratégias de comunicação com pessoas de todas as partes do mundo.

Como fenômeno em construção, típico de uma sociedade pós-moderna (HALL, 2006), a convergência não opera segundo mecanismos específicos de distribuição. Ela se realiza como uma mudança de paradigma, a partir da transmissão de um conteúdo de mídia por meio de vários canais fluídos. Envolve também uma mudança do comportamento dos consumidores com as mídias, incluindo o modo de trabalhar, exercer a cidadania e compartilhar opiniões. O múltiplo acesso em diferentes e interdependentes sistemas de comunicação é impulsionado pelo mercado que, mais do que buscar a democratização do acesso

à comunicação, atua com interesses econômicos no intuito de dominar ainda mais as escolhas e gostos do público.

O que os consumidores cada vez mais engajados devem buscar são alternativas para utilizar o poder de propagação da radiodifusão de modo a promover a maior participação popular. A apropriação dos meios por parte de novos e diversificados grupos favorece a democratização dessa convergência, ampliando seu horizonte de atuação para além de um domínio técnico e cultural usufruído por um grupo privilegiado. O poder da participação popular (JENKINS, 2014) é exatamente o de usar as ferramentas disponíveis para reescrever, modificar, corrigir e expandir a cultura comercial através da expansão de possibilidades proporcionadas pelas mídias alternativas, pautadas pela diversidade cultural.

4.6 Vídeo *on demand*

De modo geral, Montez (2005) classifica o vídeo *on demand* (VOD) como uma ferramenta para os espectadores assistirem aos conteúdos na hora desejada, tal como em uma videolocadora, só que por meio de dispositivos eletrônicos, como o computador, o *smartphone* e os aparelhos de TV mais modernos. Silva e Silva (2003) conceituam o VOD como uma modalidade geralmente paga, que conta com conteúdo armazenado em servidores e transferido ao público por meio de tecnologia, preferencialmente de banda larga. O conteúdo pode ser visualizado por *streaming* (quando não é arquivado pelo consumidor e a mídia é carregada e reproduzida somente ao chegar ao público) e por *download* (recurso que permite que os conteúdos sejam baixados e armazenados).

A contratação do VOD geralmente se dá por meio de operadoras de TV ou da internet. Há três modelos básicos de comercialização:

Transactional VOD (TVOD): caracterizado pelo pagamento de taxas individuais a cada nova transação, seja pelo *download* de um filme para ser assistido dentro de um tempo determinado ou a compra de um dado conteúdo para armazenamento pessoal;

Subscription VOD (SVOD): o consumidor paga uma taxa periódica para ter acesso ilimitado a um acervo, composto por um catálogo repleto de opções, como o Netflix, o Globo Sat Play e outros. Quando a programadora de TV por assinatura disponibiliza um serviço de VOD, o cliente não precisa pagar uma taxa extra, haja vista que o valor já está incluído na mensalidade do serviço;

Free on demand (FOD): serviço gratuito de disponibilização de vídeos, cuja receita é garantida por meio de propagandas. O exemplo mais popular é o YouTube.

Castells (2002) ressalta que os novos comportamentos dos consumidores têm dado origem a uma audiência segmentada que, embora maciça em termos de número, já não corresponde mais a uma massa em termos de simultaneidade e uniformidade no recebimento das mensagens. Diante de um número ilimitado e múltiplo de fontes e mensagens, o próprio público ficou mais seletivo.

Vive-se, assim, uma evolução gradual na história da indústria da televisão, aos poucos deixando de ser um modelo "baseado na hora marcada" (JENKINS, 2014, p. 194) para se tornar um mecanismo de maior engajamento do público com as produções e as diferentes modalidades de mídia. Tal segmentação vai exigir ferramentas ainda mais poderosas do mercado, no sentido de captar os gostos de diferentes audiências. Essa mudança de paradigma confere à internet um papel cada vez mais semelhante à TV aberta e à TV fechada, como um canal de transferência de mídia (LONDON, 2014).

O VOD representa o polo oposto do modelo tradicional de televisão, o *broadcasting*. Como destaca Capanema (2009), o *broadcasting* é marcado pela imagem eletrônica, o tempo presente,

a transmissão unidirecional e a audiência mais homogênea, com recepção privada. Fechine (2014a) pontua o papel de integração social da TV *broadcasting*, baseada em um modelo de programação que contribuiu e ainda contribui para a difusão de valores e para a percepção do pertencimento a uma dada cultura. Os repertórios construídos e compartilhados têm caráter formador na arquitetura de uma identidade nacional. A comunhão entre as ações apresentadas, sejam ao vivo, sejam gravadas, dá à TV *broadcasting* um papel de programadora social (FECHINE, 2014a).

Machado (2014) enfatiza a mudança, inclusive na percepção do horário nobre, que representa a faixa de programação com maior audiência e geralmente os produtos de maior apelo popular, tais como telejornais, novelas e programas de entretenimento na televisão brasileira. A chamada *appointment* TV, sustentada na lógica de programação, abre espaço para o VOD, que permite a ampliação do horário nobre, conforme o gosto do público, conferindo importância a todo e qualquer conteúdo independe da hora de exibição: "a frase 'não perca o próximo episódio, no mesmo horário e no mesmo canal', não fará sentido para os nossos netos" (SCOLARI, 2014, p. 48).

Assim, o VOD surge como uma possibilidade de expansão e experimentação, ampliando as possibilidades de alcance dos conteúdos televisivos e não as eliminando. Isso não significa, todavia, que o VOD vai retirar o poderio do *broadcasting* em determinadas situações, tais como o fim de um *reality-show* e especialmente nas transmissões ao vivo de eventos esportivos, culturais e políticos.

Com essa "crise dos meios massivos", os sujeitos estão mais livres para fazerem a sua programação pessoal, o que mostra a dificuldade da televisão contemporânea em conseguir programar a vida social dos consumidores (CARLÓN, 2014). Tal mudança é um reflexo também da modificação dos hábitos, gostos e faixa etária do público da TV, que têm se alterado de forma rápida, reconfigurando a ação de ver televisão.

4.7 Cultura participativa

Jenkins (2009) afirma que a participação confere um maior controle ao consumidor de mídia, uma vez que ela é definida por protocolos estabelecidos pela cultura e pela sociedade. De modo geral, cultura participativa é um termo usado pelo autor para se referir ao conjunto de ligações existentes entre as tecnologias digitais, os conteúdos que os consumidores produzem e as possíveis alterações nas relações de poder no mercado da mídia, alterações essas que se apresentam como potencial e não necessariamente como uma realidade plena, devido às particularidades do mercado cultural (BURGESS; GREEN, 2009). O YouTube, por exemplo, surge como um fenômeno típico da cultura participativa, como um modelo de transição cultural e econômica que possibilita uma maior democratização no acesso e produção de conteúdo.

Na perspectiva de Jenkins (2014), a noção de cultura participativa inicialmente se aplicava aos fãs, mas em seguida foi estendida a outros tipos de espectadores. O autor considera que uma mudança está acontecendo de um modelo concentrado na distribuição para um modelo de circulação, por meio do qual o público revisa seu tradicional lugar de passividade e as pessoas acabam "moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes" (JENKINS, 2014, p. 24). E o mais interessante é que essa mudança se dá entre grupos e comunidades, e não apenas isoladamente.

O surgimento de uma infraestrutura tecnológica não é, por si só, garantia de um sistema de comunicação e de geopolítica desprovido de hierarquias. Embora existam mais opções de participação, preservação e mobilidade, a circulação dos conteúdos midiáticos ainda serve a diversos interesses, muitos dos quais, econômicos. Os fãs, por vezes, ao se manifestarem, podem achar que estão negando um modelo capitalista, mas a depender da proporção das ações, podem estar contribuindo para reforçar certos domínios.

Ao citar a categoria dos fãs, é importante recorrer aos estudos de Fechine (2014b), que trata a cultura participativa como um conjunto de ações transmídia, marcadas por engajamento de fãs nas manifestações midiáticas e culturais, tanto pelo caráter político quanto pelo consumo. Para a autora, mais conveniente seria falar em "culturas participativas", considerando a variedade de manifestações. Os participantes dessas culturas são motivados pela ideia de que as contribuições de cada um são importantes para cada membro, e o compartilhamento de conteúdos é movido pela inteligência coletiva, capaz de construir acervos comuns a todos os membros da rede.

Os consumidores são, assim, os agentes fundamentais na publicação, recomendação, compartilhamento e *remix* dos conteúdos. O uso das redes sociais é consideravelmente rico nesse processo, possibilitando articulações e trocas. Embora sejam ainda cerceadas pelo poder das grandes corporações, as manifestações dos consumidores viabilizam possibilidades de criação de novas regras na lógica cultural, comprovando que a convergência se realiza por meio de ações dos atores sociais, e não simplesmente pelo avanço tecnológico. "A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros" (JENKINS, 2009, p. 30).

Carpentier (2012) é um dos pesquisadores que se dedica ao estudo da participação, conceito anterior ao de cultura participativa e que deve ser compreendido para facilitar o entendimento dessa arena de interesses e jogos culturais. A participação é analisada como um conceito-chave para se compreender as crescentes transformações na mídia e na comunicação, de um modo amplo, nas últimas décadas. O autor problematiza a dificuldade e a complexidade de teorizar sobre a temática, em diferentes campos de estudo, afinal, a participação implica também o domínio da democracia e da política, o que contribui para diferenciá-la dos conceitos de acesso e interação.

Um elemento-chave, para Carpentier (2012), no domínio da participação é a distribuição do poder, incluindo a mídia. Participar não é simplesmente assistir à TV, acessar à internet e apertar

um botão iniciador de processos interativos, mas se envolver em diferentes áreas de atuação na sociedade, desde a política, passando pela cultura, mídia e outros campos. Trata-se de um desafio político-ideológico para definição de mudanças reais nas estruturas, que garantam participações efetivas e transformadoras.

A democracia é, assim, um ponto fundamental para a participação, visto que sua ação implica o envolvimento dos cidadãos com as decisões políticas, não apenas elegendo seus representantes, mas se candidatando e participando efetivamente das etapas democráticas de representação.

Carpentier (2012) também diferencia acesso e interação no que concerne à tecnologia, aos conteúdos, às pessoas e às organizações. O acesso implica presença. As organizações estruturam conteúdos e facilitam as formas de *feedback* em uma relação mediada por aparatos tecnológicos. A interação se refere ao estabelecimento de relações sociais e comunicativas com a esfera midiática, envolvendo seleção, interpretação e até coprodução de conteúdos. De modo geral, a diferença recai na dimensão real de participação nas decisões importantes.

4.8 Interator

A prevalência de um modelo de TV sustentado na lógica do *broadcasting* deu forma a um tipo de espectador relativamente passivo, que se conformava diante da farta opção de conteúdos e da qualidade de imagem oferecida pela televisão. O desenvolvimento de outras tecnologias, no cenário da convergência, abriu espaço para o surgimento de uma nova categoria de consumidor de mídia, o *interator*. Na visão de Machado (2001) e de Machado e Vélez (2014), o *interator* busca conteúdos em diferentes momentos e está disposto a intervir e participar por meio de experiências mais fluídas e vivências individualizadas que configuram modos cada vez mais particulares de assistir à televisão.

Penafria (apud MARTINS, 2007) situa o termo *interator* como uma criação da pesquisadora americana, da área de realidade virtual, Brenda Laurel. O nome surge como uma metáfora ligada ao teatro grego, a partir de uma analogia com a experiência interativa vivida pelo espectador moderno, facilitada pelas interfaces computacionais. Diferente do espaço comunicacional tradicional, linear e limitado, o universo digital é potencialmente infinito no que compete às possibilidades de exploração por parte do *interator*. A cada acesso e contato com a realidade virtual, o *interator* reinventa conteúdos e colabora com o seu compartilhamento.

Capanema (2008), com base em estudos de Arlindo Machado, diferencia o telespectador comum do *interator*, no sentido de que o primeiro era visto como um agente de atuação limitada (ligar, desligar, programar e mudar configurações da TV, zapear) e o segundo se enquadra em uma categoria provida de maior liberdade de intervenção, que perpassa pela escolha de uma programação *on demand*, o envio de comentários e até mesmo a produção de conteúdos. O YouTube é um exemplo de plataforma que possibilita a emissão de conteúdos e não apenas o seu consumo (BURGESS; GREEN, 2009).

O estudo do consumidor de mídia contemporâneo também é realizado por Jenkins (2009), que discute a diferença entre zapeadores, casuais e fiéis. Os zapeadores preferem mudar de canal constantemente e não se apegam a eventos prolongados. Os fiéis são mais seletivos, no sentido de delimitarem com mais cautela quais conteúdos serão assistidos e em qual momento. Esse tipo de consumidor está apto a buscar experiências além da tela de emissão e cria mecanismos variados para acompanhar as produções das quais gosta. Os casuais, por sua vez, são a categoria intermediária, que pode até criar vínculos com determinadas atrações, mas sem por isso deixar de lado os programas, caso surja o desinteresse.

Algumas outras nomenclaturas são usadas para situar novas posturas do consumidor de mídia contemporâneo. Scolari (2008) fala na figura do "prosumidor". Trata-se de um neologismo derivado do inglês *producer* (produtor), gerando assim

a combinação entre o consumidor e o produtor. O usuário não só consome, mas participa da mensagem, reinventando assim a própria lógica dos elementos tradicionais de comunicação. A exigência da interatividade e o surgimento de novas tecnologias de participação têm favorecido esse comportamento.

Jenkins (2009; 2014) confere aos fãs o protagonismo em determinadas ações da cultura participativa. O termo *fandom* é usado para situar a cultura de compartilhamento de experiências, opiniões e sentimentos entre colaboradores e fãs. Os materiais comerciais passam a ser, desse modo, passíveis de apropriação e reformulação por parte dessa cultura de *interatores*/prosumidores. O envolvimento do público participativo, embora pareça uma ameaça inicial às grandes corporações que controlam a mídia, surge como forma de adaptação das grandes marcas aos gostos do público, a ponto de criarem alternativas para ampliar o seu domínio cultural.

Entre as ações participativas, está a *fan fiction*, uma narrativa criada pelos fãs como complemento de uma obra consumida na indústria cultural, seja na forma de quadrinho, seja na forma de vídeos ou outras linguagens que promovam uma ampliação da experiência oferecida pela obra disparadora. É o que os fãs de livros, séries, filmes e jogos fazem a partir da criação de novas aventuras para os personagens. Os produtores de mídia devem estar atentos a esses novos públicos, que multiplicam significados, resgatam hábitos do passado, bem como avaliam e ressignificam conteúdos de diversas partes do mundo, devido ao compartilhamento de informações entre comunidades.

O fã, nesse contexto, realiza um trabalho de "cooperação textual" (FECHINE, 2014b) com os conteúdos a partir das experiências de engajamento e intervenção. Não se trata apenas da tradicional cooperação interpretativa, mas de uma intervenção articulada pelos fãs. Tal ação envolve a transformação e a readaptação das mensagens consumidas. "O receptor seria, então, bem mais que um mero indivíduo que recebe as mensagens, mas um sujeito do processo de comunicação que interpreta o conteúdo da mensagem conforme os valores sociais que defende" (ARNAUD et al., 2011, p. 264).

Entre os mais variados comportamentos, está também o do fã que veicula *spoilers*, isto é, a antecipação de conteúdos de séries, filmes e programas de televisão entre a comunidade de *interatores*. Essa prática pode até comprometer o consumo, mas, ao mesmo tempo, revela o desejo permanente de o público participar, intervir e colaborar.

4.9 Redes sociais

As redes sociais podem ser compreendidas como "um tipo de relação entre seres humanos, pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes" (MARTINO, 2014, p. 57). Também se acrescenta a ausência de uma hierarquia rígida. Nesse sentido, os laços, valores, temas e interesses compartilhados não dependem exclusivamente da tecnologia, embora o conceito de rede social tenha se tornado popular com a ascensão da internet e dos sites de compartilhamento. Daí a tentativa de estabelecer distinções a partir de termos como "redes sociais *on-line*", "redes sociais digitais", "redes sociais conectadas", entre outros (MARTINO, 2014).

A dinâmica das redes sociais está ligada à forma de interação entre os participantes, o movimento, a velocidade e os traços específicos das mensagens trocadas. Já a flexibilidade marca o caráter fluido entre os laços e trocas, com vínculos que podem ser transformados conforme a necessidade. As redes sociais são, assim, práticas possibilitadas pelas mídias digitais, que se opõem às mídias analógicas e tradicionais, tais como a televisão, o cinema, o rádio, o jornal e as revistas impressas.

Por conta do caráter tecnológico, o suporte físico praticamente desaparece e a comunicação se dá por intermédio de sequências numéricas interpretadas por processadores de armazenamento, compartilhamento e conversão dos dados. Nesse universo, também se destacam a velocidade, a virtualidade e a

ubiquidade, isto é, a presença de mídias digitais conectadas em rede em boa parte dos lugares.

O *boom* da internet, dos computadores e de outros dispositivos, ao longo da última década do século XX e as primeiras do século XXI, reconfiguraram a forma como os atores sociais lidam com as mídias digitais. Se na web 1.0 a marca eram as páginas estáveis, como blogs e navegadores, a web 2.0 trouxe um maior grau de interatividade e a produção de conteúdos colaborativos. A velocidade da informação e das transformações no universo da comunicação é tão grande que já se fala em uma web 3.0, a terceira onda da internet, concentrada em conteúdos e estratégias personalizados para cada internauta.

Recuero (2009) reforça que a comunicação mediada pelo computador permitiu a formação de redes entre computadores e pessoas conectadas. A internet, por meio da dinâmica de interações e conversações, deu um novo tom aos estudos sobre as redes sociais. Quando se estudam essas conexões, busca-se, assim, teorizar e entender os padrões de vinculações entre os grupos.

A emergência e o crescimento exponencial dessas redes mostram que se vive um momento de modificação dos processos sociais e informacionais da sociedade. A abordagem sobre as redes sociais abre espaço para a compreensão de aspectos primordiais do ciberespaço, como a criação e a dinâmica das estruturas sociais, a criação e a manutenção do capital social, e a necessidade da cooperação, competição e demais funções estruturais.

No que concerne à estrutura relacional das redes, sua formação é composta por atores (indivíduos, grupos ou instituições, por exemplo) que correspondem aos nós da rede e que permitem as interações; e suas conexões, as interações decorrentes dos laços sociais. O elemento básico das redes é o seu caráter relacional, o que as caracteriza, assim, como uma relação de relações. Não por acaso, o acompanhamento dos perfis e a constatação de características afins ou diferentes entre os atores intensificam ou repelem os laços, o que comprova o predomínio do tom relacional. Inicialmente, os atores sociais falam por meio das suas representações, que são construídas no formato de perfis públicos.

As conexões garantem a formação dos laços sociais, facilitados pelas dinâmicas de interação. Algumas propriedades específicas das redes seriam, entre outras, o grau de conexão entre as pessoas, a densidade das relações e a multiplexidade, que diz respeito às variadas formas de interação social existentes em uma rede. Surgem, também, comportamentos emergentes, uma característica ligada ao aparecimento de padrões que visam organizar os sistemas de interação. À medida que as redes crescem quanto ao número de usuários, vão se criando também novos padrões e novas possibilidades de interação.

Jenkins (2014) discute a dificuldade de se identificar as causas precisas da publicação, difusão, compartilhamento e comentários nas redes sociais. É bem provável que, em boa parte das vezes, os indivíduos ponderem também em qual rede devem fazer determinado *post*, conforme a dinâmica e a flexibilidade observadas. Os atores pensam no maior grau de interações e nas possibilidades de propagação. Há, inclusive, estudos que sugerem os melhores horários para postagens no Facebook, Instagram, Twitter, entre outras redes. Os que geram conteúdos buscam, frequentemente, expandir audiência e reputação, tal como os canais de TV que publicam conteúdos com potencial gerador de novos públicos.

Uma consequência positiva dos novos relacionamentos é a chance de o consumidor de conteúdo também se tornar produtor (ARNADUD et al., 2011), mesmo que esse estágio ainda se dê de modo gradual. Gera-se, assim, um ciclo eficaz e constante de engajamento induzido ou espontâneo, marcado tanto pela apropriação de ferramentas quanto pela adoção de comportamentos. As redes sociais também colaboram para o engajamento em questões políticas e sociais, a partir de mobilizações virtuais e reais e de debates acerca de temas de interesse público. É importante lembrar, de todo modo, que as interações das redes refletem comportamentos específicos de dados grupos, que escolhem como, onde e com quem vão interagir.

4.10 Segunda tela

Como estudam Proux e Shepatin (2012), a segunda tela é uma camada paralela de conteúdo sincronizado que permite ao espectador assistir à TV na tela principal e acessar, em outros dispositivos, conteúdos extras sobre a atração exibida. A noção de segunda tela pressupõe, assim, a televisão como primeira tela. Tal comportamento também é discutido por Keen (2009), ao observar as formas de interação contemporâneas.

Hoje não se liga somente o aparelho de televisão quando se quer assistir à TV. Desse modo, percebe-se que não é apenas uma segunda tela que envolve o consumidor de mídia, uma vez que os *tablets*, *laptops* e *smartphones* já se mostram como objetos de interesse de grande parte do público, multiplicando a quantidade de telas e as possibilidades de interação.

Os conteúdos de segunda tela (FECHINE, 2014b) surgem como complementos interativos aos conteúdos oferecidos pela grade de programação. Geralmente, são artifícios que funcionam simultaneamente à emissão da programação, com informações adicionais e interativas. A segunda tela é, nesse sentido, uma resposta do mercado para a constante fragmentação da audiência e a multiplicidade de plataformas de distribuição (JENKIS, 2014). Diante desse cenário, desenvolveram-se novos modelos de negócios que buscam efetivar o engajamento dos públicos e redimensionar o envolvimento com os produtos midiáticos.

Marquioni (2014) ressalta que os conteúdos de segunda tela podem ampliar experiências de atrações ligadas tanto à informação quanto ao entretenimento. O uso concomitante de outros aparelhos na hora de assistir à TV surge como um fenômeno típico da sociedade contemporânea que vive a convergência midiática de modo intenso e, por vezes, imperceptível, visto que certos processos se dão de modo natural. É uma reconfiguração cultural que se dá a passos largos.

O autor vê a segunda tela como ação de complexificação do *zapping*. Embora não haja a troca de canais, há o desvio

da atenção do espectador, que continua sintonizado em um canal de TV enquanto acessa um conteúdo em outro dispositivo. As pessoas acessam à internet durante o programa, muitas vezes, para buscar informações adicionais sobre o elenco, a história, entre tantas outras coisas possíveis relacionadas ao conteúdo que está sendo visto.

Surge, assim, uma problemática para os anunciantes. A interação com o conteúdo pode ocorrer em um ambiente diferente para o qual o anúncio foi pago: "o nível de atenção *compartilhado* pela audiência *entre as telas* a partir dessa espécie de *complexificação* do *zapping* pode preocupar os anunciantes na Primeira e na Segunda Tela" (MARQUIONI, 2014, p. 13, grifos do autor). Considerando a aceleração dos processos culturais que têm modificado o modo de o público consumir TV, é importante que os canais e os anunciantes pensem em formas criativas e colaborativas de inserção de anúncios que despertem o interesse de uma audiência cada vez mais fragmentada, autônoma e com desejo de participação, o que altera, principalmente, a crença na publicidade veiculada.

A reconfiguração no ambiente televisual deve implicar a produção de atrações que disponibilizem acesso a conteúdos complementares. Sairá na frente dessa disputa o canal que entender a dinâmica de interação contemporânea e for capaz de oferecer alternativas variadas para manter o público engajado. Afinal, o acesso a uma informação na internet, no momento em que se assiste à TV, pode promover a mudança de canal, quando se descobrir uma atração mais interessante. E no universo das televisões comerciais, menos audiência implica menos anúncios e menos receita.

Santos e Nahuz (2015) creditam à segunda tela um caráter fundamental nas estratégias da indústria cultural para enfrentar a fragmentação das audiências. As experiências podem gerar a aplicação positiva de estratégias transmídia (ver capítulo específico) e a criação de um novo modelo de negócios. O modo que as pessoas estão consumindo conteúdo também pode exigir, como realçam Proux e Shepatin (2012), que tudo esteja à disposição em um único local integrado.

Nesse universo, o público tem um grande desafio, haja vista que há muito conteúdo e muitas formas de consumi-lo. Trata-se, assim, da reconfiguração do ecossistema TV, a partir do momento em que a família não se reúne mais simplesmente para assisti-la, mas sim para ter uma experiência de integração, favorecida pelo desenvolvimento tecnológico e pelos novos comportamentos dos consumidores.

4.11 *Social TV*

O uso crescente de redes como Facebook, Twitter e Instagram surge como o principal traço da *social TV*, uma prática de integração das recentes tecnologias comunicacionais aos novos comportamentos de ver TV. Para Fechine (2014b), a Social TV reconfigura uma característica típica da televisão, que é o compartilhamento simultâneo de conteúdos. As redes sociais acabam funcionando, assim, como um reforço ao consumo da grade de programação linear, uma vez que os comentários e ideias discutidas fazem mais sentido quando emitidos no momento de exibição de um programa. Essa instantaneidade favorece também o consumo de programas ao vivo.

Proux e Shepatin (2012, p. 11) consideram a conversação *on-line*, antes ou durante a exibição de um produto televisivo, como uma "gigante festa virtual". Os comentários que são feitos no Twitter, por exemplo, são comparados a um "eletrocardiograma dos batimentos cardíacos da TV" (PROUX; SHEPATIN, 2012, p.12, tradução nossa). Essa é uma das razões para as emissoras de TV estarem cada vez mais abertas e atentas às movimentações nas redes sociais, buscando novas formas de apropriação dos recursos disponíveis na internet.

A simplicidade do Twitter, que localiza os assuntos rapidamente por meio de uma *hashtag,* faz dessa rede social uma das mais eficazes no terreno das plataformas que dialogam com a TV. Constantemente, os programas da televisão atingem os *trending topics*, ou seja, a lista de assuntos mais comentados. Um simples

tweet — postagem de comentário de 140 caracteres na rede — pode atingir até mesmo milhões de pessoas no mundo.

A *social TV* representa uma quebra de fronteiras geográficas e temporais. Tudo se torna mais público, rompendo até mesmo com os fusos horários, uma vez que as informações são compartilhadas simultânea e internacionalmente. As mídias sociais ampliaram, assim, a experiência de assistir TV e o sentimento de estar conectado e fazendo parte de algo maior.

Aliado a esses fatores, há também o desejo do público de não ser informado antecipadamente sobre o desenrolar dos conteúdos, o chamado *spoiler*. Essa prática acaba acontecendo quando séries são exibidas em temporadas diferentes em países distintos, e até mesmo em atrações dentro do próprio país, que são exibidas em tempos não sincronizados por conta do fuso horário ou da adequação da grade de programação dos canais de TV.

As redes sociais também criaram uma sensação de proximidade mais íntima e mais direta entre os fãs e as celebridades. As emissoras passaram a exibir os *tweets* na tela da TV, o que cria um vínculo maior com o público. Segundo pesquisas do próprio Twitter, citadas por Proux e Shepatin (2012), o número de publicações aumenta quando as mensagens começam a aparecer na TV, gerando um *buzz*, ou seja, a disseminação de uma ideia que contagia muitas pessoas, incentivando o engajamento a partir do burburinho que se cria na internet. Trata-se de algo bastante comum durante a exibição de séries, novelas, *reality-shows* e transmissões de eventos ao vivo, como shows, programas esportivos e jornalísticos.

Essas características da TV social despertam para o fato de que a medição da audiência precisa começar a intensificar o cálculo da relação entre o número de espectadores e o número de comentários nas redes sociais, ou seja, a relação entre o impacto gerado pelo *buzz* na internet e a audiência dos programas. Várias dessas experiências já estão sendo feitas, inclusive, pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope).

Jenkins (2009) compara a agitação virtual proporcionada pela *social TV* com a conversa na hora do cafezinho. Para o pesquisador, o ritual de compartilhar conhecimentos e opiniões na hora de beber o café, em um intervalo do trabalho, por exemplo, é ampliado pelos crescentes fóruns de consumidores engajados em mostrar seus pontos de vista, gerando grupos de percepções similares e distintas. Não por acaso, muitos fãs se agregam ou discutem de modo intenso por meio dos comentários virtuais.

Adam Bain, executivo do Twitter, em entrevista (SBARAI, 2013), identifica a *hashtag*, analogicamente, como a "fogueira do mundo virtual", dada a sua capacidade de estabelecer elos digitais entre um agrupamento de pessoas que compartilham interesses comuns. Para o executivo, a interação entre consumidores e produtores de conteúdo, nas redes sociais, pode incentivar ainda mais os telespectadores a acompanharem os programas. A *social TV* ou TV social é, assim, uma resposta curiosa diante das perspectivas para o fim da televisão, já que o espectador, além de assistir, passa a comentar e a interagir com o conteúdo, reforçando, assim, o caráter mobilizador das atrações televisivas.

4.12 Transmídia

Entre as tendências comunicacionais provocadas pela convergência midiática, a narrativa transmídia se mostra como uma das mais influentes, impactantes e caracterizadoras desse universo de relação entre produtores e consumidores de conteúdos. Jenkins (2009) conceitua transmídia (também conhecida como transmídia *storytelling*) como um tipo de história que se desenrola por meio de mais de uma plataforma de mídia. Cada novo texto apresenta contribuições novas para o todo, permitindo que cada meio participante contribua do melhor modo possível para a transmissão da linguagem.

Embora expandidos, os conteúdos sempre giram em torno de um núcleo principal. Uma história pode, assim, partir de um filme e se desdobrar em um *game*, em uma revista em quadrinhos e em tantas outras plataformas de distribuição. Os elementos que compõem, então, a franquia devem ser autônomos e apresentar conteúdo novo e original. A repetição de informações, atrações e estímulos é ruim e provoca o fracasso do projeto. "Uma boa franquia transmídia trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia" (JENKINS, 2009, p. 138-139). Esse alargamento de possibilidades narrativas confere à transmídia um caráter de ampliador da participação do público, que passa a exigir e a atuar de modo distinto, a partir de cada meio envolvido.

No universo ficcional, os consumidores são colaboradores fundamentais. A partir deles, há a busca pelas partes que compõem o "quebra-cabeça", em um exercício de compartilhamento com os fãs. É importante salientar, entretanto, que uma das motivações das indústrias de consumo, ao produzirem narrativas transmidiáticas, é a expansão das franquias de entretenimento, a partir da movimentação de interesses econômicos. As ligações emocionais criadas entre os fãs podem ter efeitos comerciais valiosos.

Desse modo, as marcas e os produtores de conteúdo que conseguem construir bases narrativas consistentes e flexíveis, conforme as idiossincrasias de cada meio, têm grandes chances de ampliar o seu alcance no mercado. Muitas estratégias da publicidade contemporânea, por exemplo, concentramse na contação de histórias em múltiplas plataformas, com recursos narrativos geradores de emoções variadas. Na linguagem publicitária, fala-se em *branded content* (conteúdo de marca), ou seja, os modos de uma empresa entrar em contato com o público-alvo, por meio da oferta de conteúdos relacionados ao seu universo. A marca passa a ser reconhecida pelos serviços e pelos valores que reúne, estimulando, assim, o seu consumo.

Arnaud et al. (2011) interpretam a transmídia como um dos pilares da comunicação contemporânea, a ponto de se poder

falar em uma "era transmídia". A abordagem reforça o papel da transmídia na integração dos conceitos de produção e distribuição desde o processo de criação. Durante o processo de criação de um produto desse tipo, é preciso pensar nas formas de engajamento, ou seja, como o público vai se sentir envolvido a participar dos desdobramentos narrativos. Nesse sentido, é de interesse da audiência, da mídia, da concorrência e dos demais agentes a apresentação de novas plataformas comunicacionais.

Um projeto, a fim de ser classificado como transmídia, deve utilizar, ao menos, três plataformas de mídia diferentes (ARNAUD et al, 2011). Inicialmente, o conteúdo deve ser capaz de atrair e envolver as audiências, despertando o interesse e a visibilidade, por meio do compartilhamento e da interação. A distribuição deve acontecer em múltiplas plataformas, com o uso efetivo das potencialidades e linguagens de cada meio. O produto precisa permitir também que novos conteúdos sejam produzidos, na busca incessante de obter um resultado positivo que leve à transversalização, ou seja, o projeto deve se tornar um fenômeno. As mídias digitais e impressas, assim como os jogos, são as principais plataformas nas quais projetos desse porte se desdobram.

Fechine (2014b, p. 7) comenta que muitos estudiosos da televisão já adotam a expressão "televisão transmídia" para se referir a uma "lógica de produção, distribuição e consumo de conteúdos televisivos, apoiada nas propriedades técnico-expressivas das mídias digitais e nas possibilidades por elas abertas de uma maior participação do espectador". A depender do campo de produção (jornalismo, publicidade, telenovela, etc.), as estratégias são diferenciadas. Um elemento fundamental para o sucesso da estratégia transmídia é a retroalimentação de conteúdos. A intervenção do consumidor deve ocorrer de modo crítico e criativo, permitindo com que sejam construídas comunidades de interesse.

Desse modo, as estratégias são utilizadas para fazer o universo narrativo expandir nas redes sociais e também além delas. Os recursos de propagação promovem um circuito de reiteração dos conteúdos, com uma mídia chamando atenção para

a outra. Já as estratégias de expansão são usadas para dilatar o universo narrativo e desdobrá-lo além da tela da TV. Fechine (2014b) classifica diversas categorias analíticas, mas, em todas elas, reforça que uma produção transmídia não pode ser analisada isoladamente. Trata-se, na verdade, de uma "matriz de textos" que operam a partir da interação entre eles e os fãs telespectadores.

4.13 Hipertelevisão

A segmentação das audiências, os limites menos rígidos entre ficção e realidade e as novas formas de consumo são elementos que permitem a identificação de uma nova fase na história da televisão, cunhada por Scolari (2008; 2014) como hipertelevisão. Essa definição surge a partir dos seus estudos sobre a hipermediação — uma variação da ideia de mediação cultural, concentrada na relação entre os sujeitos e a comunicação, com a informação mediada por alguma ferramenta. O fenômeno surge em decorrência da formação de um consumidor cada vez mais apto a interpretar os conteúdos em múltiplas telas.

A hipertelevisão corresponderia, assim, a uma terceira fase na história da televisão. Tourinho (2012) destaca a contribuição de Umberto Eco (1986) para a conceituação das duas primeiras fases. A "paleotelevisão", datada entre 1950 e 1970, é concentrada no modelo de monopólio, com domínio do Estado. Controlada pelo governo, é uma TV sem aproximação com o público e alto teor pedagógico. As pessoas viam a televisão como uma "janela" para o que acontecia no mundo. Já a "neotelevisão" corresponde ao período de 1970 até o fim dos anos 1980, e tem como grande marca a desregulamentação do setor, o funcionamento de um sistema misto (público e privado) e uma oferta maior de canais de TV.

Para entender as características da hipertelevisão, Scolari (2008) apresenta alguns elementos básicos. O primeiro deles

é a multiplicidade de programas narrativos. As histórias e aventuras dos personagens se multiplicam em tramas complexas, com caráter de protagonismo até mesmo para os personagens secundários. São histórias de séries, *realities* e outros formatos marcados pela busca dos objetivos, como a série *"24 horas"* e o *reality-show "Big Brother"*. As tramas passam a ter um tecido narrativo denso.

Outro traço típico da hipertelevisão é a fragmentação da tela. As interfaces dos canais de TV, como os de notícias, marcados por várias telas e informações ao mesmo tempo, são um sintoma da busca da televisão em se aproximar dos outros meios. Em paralelo a essa fragmentação, vê-se a implantação de um ritmo cada vez mais acelerado na TV. Seja nos produtos ficcionais ou jornalísticos, o que se vê é uma sucessão de imagens e planos rápidos, que permitem poucas pausas para o espectador. A sucessão implacável dos movimentos de câmera gera montagens frenéticas que transformam até mesmo os telejornais em sequências rápidas de pouco aprofundamento.

Um sintoma típico da hipertelevisão é a intertextualidade. O diálogo entre os textos é cada vez mais comum na configuração pós-moderna de televisão. Esse dado, associado a outros movimentos criativos, conduz a uma extensão narrativa cada vez mais considerável. Ao invés de histórias que se esgotam em um capítulo, as tramas da hipertelevisão se prolongam por temporadas e até mesmo anos.

Com traços do antigo folhetim, essas narrativas se desdobram em outras plataformas e meios, por meio da apropriação do fenômeno da transmídia. Para isso, muitas vezes, rompe-se com a tradicional sequencialidade. Algumas histórias são contadas sem a necessidade de se manter um relato linear, fazendo uso do *flashback* e de outros recursos que fogem aos modelos mais convencionais.

Todas essas características da hipertelevisão derivam também de experiências de consumo de conteúdos na internet, nos *smartphones*, videogames e aplicativos que exigem, por vezes, a

realização de tarefas diversas de modo simultâneo. Essa conexão permite uma linguagem cada vez mais híbrida, uma vez que os diferentes meios se apropriam das ferramentas disponibilizadas.

A lógica de compartilhamento de informações, favorecida por sites como o YouTube, Vimeo, Dailymotion, entre outros, desperta no espectador o desejo de participar de modo mais enfático das produções televisivas. Ele não se contenta mais com a posição de mero consumidor. Pode-se falar, de certa forma, que os níveis de interatividade são maiores do que o que se via antes. Novos hábitos revisitam tendências antigas também. As mudanças causadas pelo videocassete e pelo controle remoto, que conferiram mais autonomia ao público, são ampliadas hoje pelas facilidades disponibilizadas pelos serviços de conteúdo *on demand*.

A hipertelevisão conta também com espectadores com novas competências e processos interpretativos mais elaborados, dado o comportamento em relação a todas as mídias que o cercam. Nesse cenário, o hábito de assistir aos conteúdos televisivos passa a ser uma experiência cada vez mais fragmentada e assincrônica. Perde-se a dimensão da simultaneidade trazida pelas histórias orais e pelos hábitos antigos de consumir TV. As consequências dessas práticas contemporâneas são ainda imprevistas.

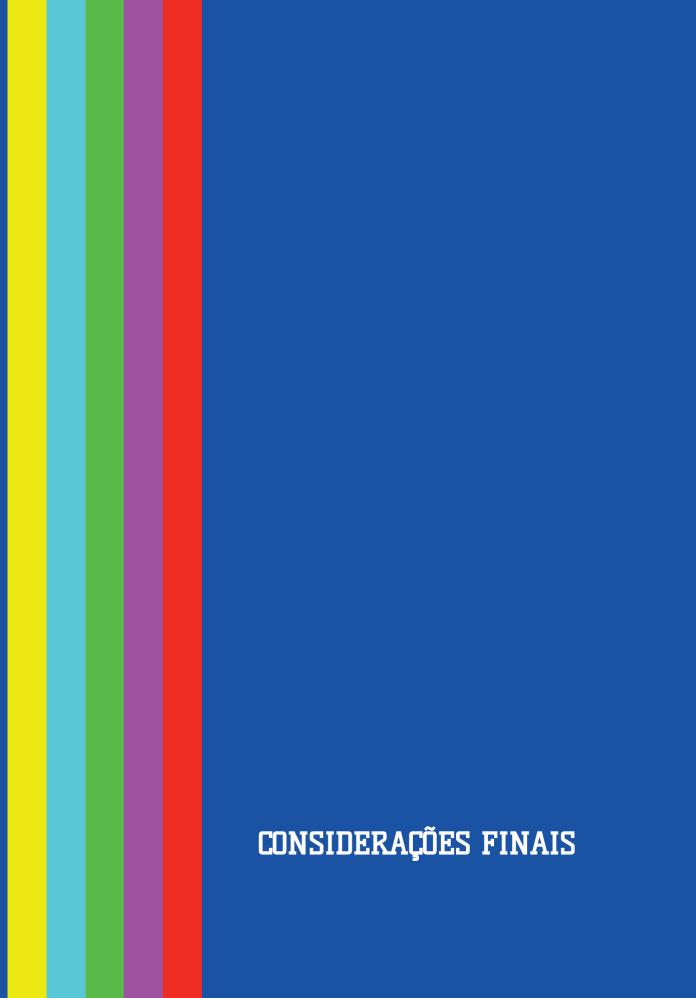
O comportamento do público viabiliza o desenvolvimento de outras características, como a diminuição dos limites entre a realidade e a ficção (que digam os *realities*, que se apropriam da linguagem ficcional; e as narrativas dramatúrgicas, que buscam cada vez mais realismo em seus efeitos), as tentativas de maior interatividade, democratização e a diversificação de canais de distribuição. Há, enfim, telas em todos os lugares que provocam grandes transformações no ecossistema midiático, promovendo novas estéticas e novas formas de consumo. Os conteúdos são, assim, multiplicados e distribuídos em diferentes formatos.

Gravação no Canal Futura

Gravação do Programa *on-line*

Victor Brasileiro

Olívia Prudente

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de conclusão de curso é a oportunidade final para se colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da trajetória do estudante na graduação. Desafiador, complexo e marcado por etapas importantes de pesquisa, produção e escrita, trata-se de uma experiência transformadora, ao proporcionar ao formando a possibilidade de retomar estudos anteriores, ampliar os horizontes de alcance e amadurecer no processo acadêmico.

As dificuldades enfrentadas ao longo da produção tornam-se instrumentos importantes para a consolidação do processo de construção do conhecimento. No caso de **Programe-se**, o desafio maior foi realizar um projeto de cunho transmidiático, gravado em outros estados e com alto custo, ou seja, foi necessário criar um planejamento rigoroso em todas as etapas de produção, de modo a facilitar a concretização dos objetivos.

A hipótese inicial de que a convergência tem alterado, de modo substancial, a forma de se fazer TV no Brasil foi comprovada, bem como foram atingidos os objetivos estabelecidos no início do processo de pesquisa. Os profissionais entrevistados reforçaram as teorias estudadas, o que mostra que a imersão na prática comprovou o caráter de transição dos tempos atuais, marcados por um rico diálogo entre os diferentes meios de comunicação. Ainda não é possível afirmar, com clareza, qual será a televisão do futuro, mas o registro da mudança é de fundamental importância para compreender melhor o momento e realizar novas pesquisas.

O documentário foi o instrumento principal da discussão empreendida pelo projeto. Nele, observou-se um panorama variado de opiniões acerca da convergência midiática e sua reverberação nas produções televisivas. Os novos comportamentos do público, a ponto de a categoria espectador ser repensada a partir do conceito de *interator*, mostram que as audiências caminham, cada vez mais, para uma interatividade mais enfática. Sabe-se que

o acesso à efetiva participação ainda é feito de modo tímido, uma vez que as barreiras sociais, os interesses políticos e econômicos e as dificuldades de ordem cultural e educacional no país impedem a democratização no acesso aos meios de comunicação.

De todo modo, a internet, as redes sociais e os meios facilitadores da mobilidade têm apresentado novos caminhos para a formação de uma cultura participativa, que aos poucos vai ocupando o devido lugar de protagonismo. Os caminhos da convergência para as televisões educativas, comunitárias e não comerciais também podem gerar amplos espaços de debate, que se não foram o foco deste trabalho, mostram-se como temáticas de grande relevância para pesquisas vindouras.

Na produção do programa *on-line*, foi possível experimentar a aplicabilidade de formatos típicos da contemporaneidade, em exercício profícuo de criação e de linguagem. Observar o que era adequado para cada plataforma de escoamento permitiu à equipe compreender as relações e distinções entre cada meio. Desse modo, o programa na web cumpriu seu papel de adicionar novas camadas de sentido à proposta transmidiática e de alimentar as discussões de modo a ampliar a experiência do documentário. A qualidade das entrevistas gravadas, facilitadas pelo apoio das emissoras e produtoras, deu um caráter valoroso para as discussões empreendidas, tendo em vista que as vozes são de profissionais representativos para as suas áreas de atuação.

O *e-book*, ao realizar o aprofundamento de questões teóricas que não puderam ser esmiuçadas no memorial, permitiu um esclarecimento acerca dos fenômenos caracterizadores da convergência. Além de oferecer ao público a compreensão mais profunda das pesquisas que fundamentaram o projeto, o livro foi um exercício de recuperação e acréscimo de conhecimentos. A tradução dos conceitos em resumos comprovou a aplicabilidade deles na pesquisa e permitiu uma maior apropriação das temáticas por parte dos realizadores.

A escrita do memorial descritivo também se mostrou desafiadora. Por conta das limitações de espaço, foi necessário ampliar o domínio do conteúdo e ser capaz de escrever com paráfrases e

com poucas citações diretas. De todo modo, a prática representou um enriquecimento do ponto de vista acadêmico, haja vista que as pesquisas de cunho científico devem apresentar as perspectivas do pesquisador, à luz dos teóricos, mas não simplesmente reproduzindo-os. Ao ser transformado em livro impresso, o memorial ganhou novos contornos e agregou ainda mais à proposta transmídia, correspondendo, assim, ao quarto desdobramento do trabalho.

Ao longo da produção de **Programe-se**, algumas máximas acerca do trabalho audiovisual foram comprovadas. A formação e o bom relacionamento da equipe são de crucial importância para o desenvolvimento de qualquer projeto. Não por acaso, os estudantes e profissionais envolvidos com essa proposta foram fundamentais para a execução das tarefas. O entrosamento da equipe favoreceu o cumprimento efetivo das etapas de pré-produção, produção e pós-produção.

De igual modo, verificou-se que o planejamento e o respeito ao cronograma, mais do que medidas de caráter organizacional, são elementos basilares para a sustentação do projeto. O cumprimento de prazos e o gerenciamento do tempo também foram pontos diferenciais para este produto e que contribuíram para a sua realização. Comprovou-se também um fato vivenciado em todos os trabalhos do curso: a interdependência entre as funções e etapas videográficas. Não há como criar solitariamente um projeto que envolva imagem e som. Mesmo que se trabalhe sozinho, há a dependência dos aparatos técnicos e de recursos humanos.

Vale ressaltar também o empenho da orientação em todos os processos da pesquisa. Com o olhar atento da professora Betânia Vilas Bôas e da professora Karen Ramos, o trabalho ganhou nuances mais maduras, a partir da relação entre teoria e prática. As reuniões periódicas em todos os estágios de produção garantiram a criação de um conceito e a fundamentação necessária para a sua transformação em produto. Assim, ficou mais fácil escrever um texto correlacionando teoria e prática, visto que essa tarefa foi iniciada desde a elaboração do projeto de pesquisa. O entrosamento entre orientadoras e orientandos também permitiu a vivência plena da produção de um trabalho de conclusão de

curso, com todas as suas peculiaridades acadêmicas, profissionais e humanas, verdadeiramente aplicadas no produto final.

A intenção, desde a concepção de **Programe-se**, era produzir um trabalho que contribuísse para o crescimento do curso de Comunicação Social da UESC, de modo a retribuir todo o conhecimento proporcionado pelos professores e técnicos ao longo da nossa formação. Afinal, é importante que o estudante deixe um legado que enriqueça o acervo do curso e alimente novos projetos. Dado ao seu caráter intrínseco, espera-se que as reflexões sobre a televisão, aqui realizadas, fomentem novas pesquisas e representem um importante material de análise e estudo. Como os pesquisadores da área também são um dos públicos que este projeto buscou alcançar, confia-se na possibilidade do prolongamento das discussões proporcionadas pelo documentário, o programa *on-line* e o *e-book*, reforçando, assim, o caráter disparador desses produtos.

Em termos gerais, acredita-se no potencial de **Programe-se** como instrumento documental de uma fase de transição. Em consonância com os movimentos contemporâneos da comunicação, observa-se que a apropriação do conceito de transmídia mostrou-se como uma alternativa para entender os fenômenos em construção e apresentar uma nova e fértil seara de possibilidades de produção para os estudantes do curso de Comunicação Social da UESC, motivando novos olhares para as próximas empreitadas.

A convergência tem imposto novos padrões de produção impulsionados pelo público. As tendências contemporâneas e as perspectivas para o futuro da TV fazem com que seja vislumbrado um cenário de intensas mudanças, que quanto melhor compreendidas, melhor serão vividas pelo público, princípio e fim de um bom trabalho audiovisual.

Se há muito tempo a TV tem sido "companheira constante, até mesmo quando a deixamos ligada e vamos fazer outras coisas pela casa" (BRAUNE; RIXA, 2007), é necessário pensar como a TV está se preparando para uma fase de maior autonomia do público. É difícil saber se os telejornais, shows e a teledramaturgia perderão o protagonismo que alcançaram. Não

se sabe também se as novelas continuarão proporcionando uma "catarse coletiva diária" (MELO, 2010, p. 64), se serão absorvidas ou até mesmo substituídas pelas séries. O que é perceptível é a compreensão de um processo em construção, que favorece o entendimento sobre a TV do presente e os caminhos para o futuro de um meio tão influente.

Serão as narrativas transmídia, sintomáticas da convergência, a maneira mais produtiva para o alcance de grandes audiências? O que virá depende muito do desenvolvimento da tecnologia, dos hábitos do público e da democratização do acesso aos meios de comunicação. Mas não se pode negar que essa hipertelevisão está reescrevendo o lugar da TV na vida dos indivíduos, tendo questionado o seu espaço como primeira tela. A interatividade está cada vez mais presente, e os *interatores* vão querer ampliar as possibilidades de participação, além das redes sociais.

O crescimento dos conteúdos *on demand*, por sua vez, não retira o poder das transmissões ao vivo, dos *realities*, das séries e novelas que são comentados ao mesmo tempo em que são exibidos. A simultaneidade de comportamentos distintos sinaliza que o padrão futuro talvez seja a ausência de padrões. Com mais telas de acesso ao conteúdo, a internet vai continuar mudando o mundo e deixando tudo ainda mais *smart*. Espera-se que essa evolução caminhe em paralelo às transformações sociais, de modo a ampliar a participação do público, com níveis reais de engajamento e intervenção.

Daniel Filho (2003, p. 11), ao realizar uma análise histórica sobre o perfil da televisão brasileira, aludindo à simbologia do "circo eletrônico" — criada pelo cineasta Nelson Pereira dos Santos —, coloca o público e os produtores de TV em um mesmo patamar: "Quem faz e quem assiste à tevê estão no mesmo barco. São cúmplices. E é essa cumplicidade que a gente deve buscar o tempo todo". Essa pode ser uma saída para vislumbrar qual será a TV do futuro. Ao conferir ao público um caráter especial nos fenômenos aqui estudados, espera-se que esse livro, bem como todo o projeto **Programe-se**, possa contribuir para uma compreensão mais ampla sobre o universo televisivo nessa fase de mudanças constantes.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira**: panorama da telenovela no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2004.

ARAGÃO, Isabella Ribeiro. **A dimensão gráfica do cinema**: uma proposta de classificação de suas configurações. 2006. 147p. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro de Artes e Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2006. Disponível em: <http://repositorio.ufpe.br/bitstream/handle/123456789/3429/arquivo4400_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 20 dez. 2015.

ARMES, Roy. **On Vídeo**. O significado do vídeo nos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999.

ARNAUD, Rodrigo Dias et all.. Era Transmídia. **Revista GEMInIS**. São Carlos (SP), Ano 2, nº 2, p. 259–275, 2011. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/93/pdf>. Acesso em: 1º nov. 2014.

AZEVEDO, Eduardo; CONCI, Aura. **Computação Gráfica**: Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BERNARD, Sheila Curran. **Documentário:** técnicas para uma produção de alto impacto. Tradução: Saulo Krieger. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BONASIO, Valter. **Televisão:** Manual de Produção e Direção. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIAS 2015:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/BlogDoPlanalto/livro-2015-ok-3-2?related=1>. Acesso em: 22 jun. 2015.

BRAUNE, Bia; RIXA. **Almanaque da TV**: histórias e curiosidades desta máquina de fazer doido. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Tradução: Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. Trad.: Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CAPANEMA, Letícia. A televisão expandida: das especificidades às hibridizações. **Revista de Estudos da Comunicação**. Curitiba, Vol. 9, n. 20, p. 193-202, set./dez. 2008.

CAPANEMA, Letícia Xavier de Lemos. **A televisão no ciberespaço**. 2009. 105 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em: <http://jornalggn.com.br/sites/default/files/documentos/Leticia_Xavier_de_Lemos_Capanema.pdf >. Acesso em: 24 out. 2015.

CARLÓN, Mario. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o "fim da televisão". In: CARLÓN Mario; FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Trad.: Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014a, p.11-33.

CARPENTIER, Nico. The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? (O conceito de participação. Se eles têm acesso e interagem, eles participam de fato?). **Revista Fronteiras** – Estudos Midiáticos. São Leopoldo (RS), Vol. 14, nº 2, p.164-177, maio/agosto de 2012.

CARVALHO, Márcia. A trilha sonora do Cinema: proposta para um "ouvir" analítico. **Revista Caligrama**. São Paulo (USP), Vol. 3, nº 1, 2007. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/65388>. Acesso em: 20 dez. 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Vol.1. 6.ed. rev. ampl. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

DANIEL FILHO. **O Circo Eletrônico**: fazendo TV no Brasil. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: CARLÓN Mario; FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Tradução: Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014a, p.114-131.

FECHINE, Yvana. Transmidiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. **Revista Contracampo**. Niterói (RJ), Vol. 31, n. 1, p. 5-22, dez-mar, 2014b. Disponível em: <http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/viewFile/694/430> Acesso em: 12 out. 2015.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin, GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som**: um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandrina. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Textos de Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green. Tradução: Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**: como blog, MySpace, YouTube e a pirataria estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2009.

KERCKHOVE, Derrick de. **A Pele da Cultura**. Tradução: Luís Soares e Catarina Carvalho. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo.** Sobre interatividade e interfaces digitais. Facom (UFBA, 1997). Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2015.

LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, UERJ, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2015.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. Tradução: Paulo Neves. São Paulo, Editora 34, 1996. Disponível em: <http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq_interface/6a_aula/o_que_e_o_virtual_-_levy.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: Editora 34, 2004.

LONDON, Jack. **Adeus, Facebook** – O mundo Pós-Digital: Textos essenciais para compreender o futuro das mudanças e as mudanças do futuro. 2.ed., Rio de Janeiro: Valentina, 2014.

LUCENA, Luiz Carlos. **Como fazer documentários**: conceito, linguagem e prática de produção. São Paulo: Summus Editorial, 2012.

MACHADO, Arlindo. A narrativa seriada. In: MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000, p.83-97.

________. O sujeito no ciberespaço. XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO. 2001, Campo Grande (MS). **Anais**. Campo Grande/MS, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/29708550691795394214029897104174778288.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2015.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lucía. Fim da televisão? In: CARLÓN Mario; FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Tradução: Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p. 54-76.

MARQUIONI, Carlos Eduardo. Do uso concomitante de dispositivos tecnológicos: a experiência de segunda tela enquanto reconfiguração no modo de assistir TV. **Revista GEMInIS**. São Carlos (SP), Vol. 2, Ano 5, Nº 1, p.6-22, 2014. Disponível em: <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/viewFile/187/156>. Acesso em: 15 mar. 2015.

MARTINELLI, Mirella. O que é a montagem num filme? In: **Revista Comunicação e Educação**. São Paulo: USP, Vol. 11, p. 89-100, jan-abr, 2006. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37566> Acesso em: 12 out. 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis (RJ): Vozes, 2014.

MARTINS, Índia Mara. Documentário animado: um novo projeto de cinema. In: PENAFRIA, Manuela; MARTINS, Índia Mara. **Estéticas do digital**: cinema e tecnologia. LABCOM-Laboratório de Comunicação *On-line*, 2007. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-penafria_esteticas_do_digital.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2015.

MELO, José Marques de. **Televisão brasileira**. Desenvolvimento, Globalização, Identidade. 60 anos de ousadia, astúcia, inovação. São Paulo: Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação; Cátedra UNESCO/Memorial da América Latina, 2010. Disponível em: <http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/m/marquesdm/Jose%20Marques%20de%20Melo%20-%20Televisao%20Brasileira.pdf>. Acesso em: 15 set. 2013.

MONTEZ, Carlos. **TV digital interativa**: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil / Carlos Montez, Valdecir Becker. 2ª ed. rev. e ampl.. Florianópolis: Editora da UFSC, 2005.

MURCH, Walter. **Num piscar de olhos**: a edição de filmes sob a ótica de um mestre. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

NAVARRO, Vinicius. Sites of Convergence: an interview with Henry Jenkins. In: **Revista Contracampo**. Niterói (RJ), n. 21, p. 2-26, 2010.

NEGROPONTE, Nicolas. **A vida digital**. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário.** Tradução: Mônica Saddy Martins. Campinas: Papirus, 2005.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente.** 9.ed. Rio de Janeiro: L. Christiano, 2003.

PENAFRIA, Manuela. O ponto de vista no filme documentário. In: **Biblioteca *On-line* de Ciências da Comunicação.** Universidade da Beira Interior. Lisboa, Portugal, 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/penafria-manuela-ponto-vista-doc.pdf>. Acesso em: 7 ago. 2015.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PROUX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV**: how marketers reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile. New Jersey (EUA): John Wiley & sons, Inc, 2012.

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro de documentário:** da pré-produção à pós-produção. Campinas: Papirus, 2009.

RAMOS, Eutália Silva; NEVES, Dorneles Daniel Barros. Estrutura Narrativa Seriada para Web a partir da Análise da Websérie Elemento 1. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 17, Natal (RN). **Anais**. Natal (RN), 2015. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-0259-1.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2015.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... O que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac, 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. Disponível em: <http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wp-content/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2016.

RODRÍGUEZ, Ángel. **A dimensão sonora da linguagem audiovisual**. Tradução: Rosângela Dantas. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2006.

SALLES, João Moreira. A dificuldade do documentário. In: MARTINS, José Souza; ECKERT, Cornelia; CAIUBY NOVAES, Sylvia (orgs.). **O imaginário e o poético nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2005, p. 57-71.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTOS, Márcio Carneiro dos; NAHUZ, Tatiana. Aplicativos de Segunda Tela: Mapeamento de Utilização e Desenvolvimento de Ferramenta de Autoria para Produtores de Conteúdo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT5-CD.htm>. Acesso em: 9 set. 2015.

SBARAI, Rafael. Hashtag é a fogueira da era digital, diz executivo do Twitter. **Veja**. Disponível em <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/hashtag-e-a-fogueira-da-era-digital-diz-executivo-do-twitter>. Acesso em: 7 jan. 2016.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediacones**. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona (Espanha): Gedisa Editorial, 2008.

SCOLARI, Carlos A. *This is the end*: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (org.). **O fim da televisão**. Tradução: Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p.34 53.

SHUM, Lawrence Rocha. Funções e aplicações dos sons na comunicação audiovisual. In: ENCONTRO DA UNIÃO LATINA DE ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA, 2, Bauru, 2008. **Anais**. Bauru, 2008, p.1128-1147. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/Home/Departamentos/ComunicacaoSocial/Lecotec/ulepicc2008_gt3.pdf.> Acesso em: 2 fev. 2014.

SILVA, Paula Brand; SILVA, Thayná Teixeira. **Proposição de modelo de negócio para entrada de um novo player no mercado de vídeo on demand.** Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013. (Monografia). Disponível em: <http://monografias.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10008474.pdf>. Acesso em: 12 out. 2015.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

TEIXEIRA JR., Sérgio. Quem tem medo do Netflix?. **Exame**. São Paulo, 18 mar. 2015, Capa, p.32-43.

TOURINHO, Carlos. O tempo da hipertelevisão. **Observatório da Imprensa.** São Paulo (SP), Ano 15, nº 684, 2012. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed684-o-tempo-da-hipertelevisao/>. Acesso em: 18 fev. 2015.

WATTS, Harris. **Direção de Câmera**: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.

WIENER, Robert. **Cibernética e Sociedade**: o uso humano de seres humanos. Tradução: José Paulo Paes. São Paulo: Cutrix, 1968.

ZANETTI, Daniela; SILVA, Lucas Octávio Cândido da; GALANTE, Melina Leal. **As Webséries e o Campo do Audiovisual.** Disponível em: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/12/GI3-Zanetti-C+%C3%B3ndido-Leal.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2015.

ZETTL, Herbert. **Manual de produção de televisão**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIROS

ROTEIRO DO DOCUMENTÁRIO PROGRAME-SE

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00:00-00:09	**Tela em *black***	00:00-00:09	Silêncio
00:09-00:14	***Lettering* de abertura, com tela em *black*** Trabalho de Conclusão de Curso Comunicação Social – Rádio e TV Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) Ilhéus-BA	00:09-00:14	Trilha instrumental
00:14-00:26	**Marcas dos apoiadores, com tela em *black*** Fator 6; Escola Curumim; Ratinho Transportes; Ícone Áudio e Vídeo; Editus, Café Rio Hostel; SOS Peças e Acessórios; Coroa Azul – Cacau e Chocolate; Fashionline – Roupas e Acessórios; Itabuna Brindes	00:14-00:26	Trilha instrumental
00:26-00:33	**Créditos iniciais dos realizadores, com fundo com efeito de computação gráfica na *color bar*.** Uma produção de: Dilson Reis Tainan Piantavinha Tcharly Briglia	00:26-00:33	Trilha instrumental
00:33-00:52	**Depoimento de Vida Alves** Primeiro plano, com efeito de computação gráfica (CG) em *split screen* (em movimento) e fundo amarelo.	00:33-00:52 Trilha em BG	Às vezes, eu acho que nós, aqueles que fundamos a televisão, feita do nada, não sabíamos, não conhecíamos, tínhamos até medo... Que que é essa coisa, chamada televisão?

00:52- 01:15	**Depoimento de Carlos Queiroz** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo azul.	00:52-01:15 Trilha em BG	Quando a gente fala televisão, a gente fala daquele enorme aparelho, que polariza a atenção da sala ou do quarto; a gente tá falando da linguagem televisiva, que a gente vê ao longo da nossa história ou eu tô falando, mais filosoficamente, da capacidade de transportar minha visão para dentro de conteúdos, contextos históricos, personagens?
01:15-01:21	**Depoimento de Juli Wexel** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo verde.	01:15-01:21 Trilha em BG	É um momento de muitas dúvidas e essas dúvidas são muito saudáveis pra gente sim, até pra gente se reinventar.
01:21-01:30	**Depoimento de Flávia Lima** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo verde.	01:21-01:30 Trilha em BG	Sempre que uma nova mídia aparece, né, ou surge, e começa a ganhar relevância, tem sempre essa discussão se a mídia já existente, se ela vai perder relevância, se ela vai perder espaço.
01:30-01:36	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo magenta.	01:30-01:36 Trilha em BG	Eu tô num momento que eu tenho que pensar que esse veículo televisão, ele tá mudando e ele já mudou.
01:36-01:53	**Depoimento de Celso Zucatelli** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo vermelho.	01:36-01:53 Trilha em BG	Se a gente imaginasse — eu, no começo da minha carreira, no início dos anos 90, mais ou menos — que a gente ia chegar aqui, dessa forma, com essa tecnologia, com um telão desse tamanho pra eu falar com todo mundo, que eu ia conversar com o telespectador ao vivo utilizando um aparelhinho assim? Tsc, se eu falasse isso pra alguém naquela época, os caras iam falar: "Cê é louco, cara"?
01:53-02:06	**Depoimento de Thelma Guedes** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo vermelho.	01:53-02:06 Trilha em BG	Quando a gente tá vivendo um momento é... Você tá dentro desse olho do furacão, você não tem muito condição de... ahn... Projetar, ver exatamente o que tá acontecendo e projetar esse futuro.
02:06-02:14	**Depoimento de Márcio Motokane** Primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo azul.	02:06-02:14 Trilha em BG	Se a gente não pensar o futuro desde já, como é que eu vou conseguir, chegar na casa daquelas pessoas? Como é que eu vou conseguir conversar e divul...

02-14-02:17	CG em movimento de 360º, com imagens dos planos anteriores ao fundo.	02-14-02:17 Trilha em BG	[...] divulgar essa televisão?
02:17-02:20	Título “**Programe-se**” em letras que remetem à *color bar* e fundo azul e preto.	02-14-02:17 Trilha em BG	
  02:20-02:25 02:25-02:33 02:33-02:37	**Depoimento de Guilherme Bokel** Plano médio aberto Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Plano americano	02:20-02:37	A TV tem, no Brasil, ela primeiro sempre teve uma importância muito cultural, né, de, de unir o Brasil. Desde que a televisão foi fundada, ela vem se consolidando como uma espécie de espinhal dorsal da cultura brasileira.
  02:37-02:43 02:43-02:47 02:47-02:49 02:49-02:52	**Depoimento de Vida Alves** Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Meia panorâmica horizontal, com foco e desfoco, finalizando com a imagem do visor da câmera em primeiro plano Plano Americano Primeiro plano	02:37-02:52	A televisão conseguiu fazer o povo brasileiro daqui ou da minha pequena cidade ou das cidades todas que vocês conhecem, a serem mais ou menos iguais.
  02:52-02:56 02:56-03:04 03:04-03:09 03:09-03:14	**Depoimento de Rubens Pozzi** Plano médio aberto Plano médio fechado Plano médio, com foco e desfoco Plano médio fechado	02:52-03:14	A televisão mudou muito, né? E muito rápido, que antes era aquela coisa de... é... décadas atrás, do, do aparelho na sala que agregava a família, todo mundo sentava ali no mesmo sofá pra ver o mesmo programa, e dar risada e ter um pouco de entretenimento, informação.
  03:14-03:18 03:18-03:25 03:25-03:29	**Depoimento de Bruno Pinaud** Plano Americano (CG com créditos do entrevistado) Meia panorâmica horizontal partindo de trás do parede e parando na imagem do entrevistado em plano médio, de perfil. Plano Americano	03:14-03:29	O formato TV ainda é um formato muito sedutor, né? Você tem o áudio, o vídeo, é... As pessoas tão paradas pra te ver. Acho que uma das coisas mais difíceis é que muita coisa já foi feita. Difícil ser original num formato que, que começou em 1950.

03:29-03:42 03:42-03:46 03:46-03:48	**Depoimento de Ricardo Boechat** Plano médio (CG com créditos do entrevistado) Primeiro plano de perfil. Plano médio	03:29-03:48	A televisão não, não desaparece, mas ela rapidamente está já demonstrando que, que as barreiras que a separaram historicamente de qualquer outra mídia de, de qualquer outra forma de interação, estão caindo, forçosamente estão sendo, na verdade, derrubadas.
03:48-03:51 03:51-04:03 04:03-04:04 04:04-04:08	**Depoimento de Leo Madeira** Primeiro plano do entrevistado de perfil. (CG com créditos do entrevistado) Plano médio Plano médio (CG om a palavra "Televisão", à esquerda do vídeo). Plano médio fechado de perfil (CG com a palavra "Internet", à esquerda do vídeo).	03:48-04:08	Posso falar de dentro da TV como foi um, a perspectiva, de, de quem vê, viu um tsunami chegando e tentou correr e pegar uma prancha de surf. Mas a verdade que a televisão foi, é, varrida, entre aspas, né? Pela internet, de uma forma.
04:08-04:13 04:13-04:18 04:18-04:19 04:19-04:23 04:23-04:30	**Depoimento de Juli Wexel** Plano Americano (CG com créditos do entrevistado) Primeiro plano Plano americano Plano médio aberto, com Tainan Piantavinha à direita. Depoimento em primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo azul.	04:08-04:30	Esses aspectos, esses elementos, eles estão sim, mexendo muito com os profissionais que trabalham com televisão. Porque a televisão, na sua origem, ela tinha praticamente uma via de mão única. Hoje na internet as pessoas tem a liberdade de interagir com a informação que elas querem, e de ter acesso a isso muito rápido.
04:30-04:36 04:36-04:43 04:43-04:48	**Depoimento de Leo Madeira** Plano médio fechado Primeiríssimo plano Primeiro plano, com câmera à direita	04:30-04:48	A televisão nunca vai conseguir, é... ter essa propriedade que a internet tem, porque a televisão, como a gente sabe, é uma concessão pública, mas que na prática funciona como, é, uma ferramenta de interesses econômicos privados.

04:48-04:56 04:56-05:00 05:00-05:02 05:02-05:07 05:07-05:11 05:11-05:12	**Depoimento de Juli Wexel** Panorâmica horizontal – estúdio do Canal Futura até o *switcher* Meia Panorâmica horizontal – Central de Jornalismo do Canal Futura Primeiro plano de Juli Wexel Primeiro plano de Juli Wexel, com foco e desfoco Meia panorâmica no *switcher* do Futura Primeiro plano	04:48-05:12	O acesso às novas tecnologias e aos meios de comunicação também depende de decisões do governo, da iniciativa privada, de uma série de condições pra isso. Então você pode até ter, uma... big nova televisão disponível, onde você tem acesso a tudo, mas esse acesso depende da condição que o, que a população também tem, né?
05:12-05:21	**Clipe de transição** Imagens dos entrevistados em primeiro plano e em plano médio, com CG em *split screen*.	05:12-05:21	Trilha instrumental
05:21-05:24 05:24-05:29 05:19-05:35 05:35-05:37	**Depoimento de Camila Fonseca** Plano americano (CG com as palavras "TV paga" e "Internet") Primeiro plano, como foco e desfoco Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Plano americano	05:21-05:37	A gente vendo internet crescendo, *pay tv* crescendo, então esse fenômeno de principalmente TV caindo foi um alerta, tipo: "Tenha alguma coisa acontecendo. Não adianta mais eu colocar meu dinheiro todo em TV aberta que isso já não é uma realidade". Isso também já não é mais tão rentável assim.
05:37-05:39 05:39-05:42 05:42-05:47 05:47-05:50	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiríssimo plano Plano médio (CG com créditos do entrevistado) Plano conjunto, com participação de Tcharly Briglia e Victor Brasileiro (GoPro) Primeiríssimo plano	05:37-05:50	A gente tá vivendo um momento de transição, ao meu ver, ainda bastante crítico, onde a televisão ainda tá brigando com essa baixa audiência e não percebendo o quanto a internet tá ganhando de volume, de conteúdo, o quanto se assiste nessas plataformas novas.
05:50-05:57 05:47-06:01 06:01-06:05	**Depoimento de Bruno Pinaud** Plano médio, emoldurado pelo tripé e por Tainan Primeiríssimo plano Plano americano	05:50-06:05	A internet ajudou muito a gente, né? Por que, hoje em dia, se você não tiver um conteúdo relevante, interessante ou legal, a pessoa simplesmente pula. Na, na internet, você num, num, num, você não consegue controlar é, é... Você não consegue mais comprar olhinhos.

06:05-06:10 06:10-06:21 06:21-06:24 06:24-06:30 06:30-06:33	**Depoimento de Márcio Motokane** Plano médio Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Plano geral e equipe trabalhando na sala Meia panorâmica horizontal com marcas dos programas do Canal Futura Plano fechado em monitor da ilha de edição do Canal Futura	06:05-06:33	A internet está transformando muito o modo de fazer televisão. Eu acho que ela se torna uma produção mais ágil, tecnicamente falando. Eu acho que a internet, ela também populariza não só a linguagem da internet e do audiovisual, mas ela também populariza o jeito de fazer televisão. Eu acho que você tem menos equipamentos envolvidos, menos, menos gente, que no mundo de hoje, realmente, o menos faz diferença.
06:33-06:39 06:39-06:44 06:44-06:48 06:48-06:51 06:51-06:57 06:57-07:06	**Depoimento de Luís Nachbin** Plano médio Plano fechado (CG com créditos do entrevistado) Plano americano de Luís e Tainan (imagem da GoPro) Plano fechado Primeiro plano, com foco e desfoco Plano americano de Luís e Tainan (imagem da GoPro)	06:33-07:06	Talvez eu tenha um certo romantismo de quando as câmeras não eram tão fáceis, tão fartas. E as pessoas, de alguma forma, teriam que se juntar e compartilhar uma câmera e pensar um pouco melhor antes de partir pra um produto audiovisual. Ao mesmo tempo, saem, de vez em quando, coisas geniais que a gente vê pela internet ou em canais de televisão. Coisas geniais de um sujeito que pegou uma câmera ali e tal, o seu celular e pum! Foi embora, é, filmou e montou.
07:06-07:10 07:10-07:18 07:18-07:21	**Depoimento de Cláudia Aied** Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Plano médio, com foco e desfoco. A entrevistada está levemente centralizada, com Tcharly à esquerda e Dilson Reis à direita. Plano médio	07:06-07:21	A gente fazia aquela edição linear que era assim, você ter que pôr o *off*, depois ir lá na fita, lá na frente buscar a passagem, voltar na fita, agora você não tem mais isso, agora você inclui, enfia tudo no computador e faz aquela edição não linear que é muito mais rápida.

  07:21-07:23 07:23-07:40 07:40-07:42 07:42-07:45 07:45-07:49 07:49-07:53	**Depoimento de Ricardo Boechat** Plano médio com foco e desfoco Primeiro plano de perfil (CG com as palavras “Filma”, “Sonoriza” “Edita”, “Qualifica”, uma após a outra, totalizando 10 segundos na tela) Plano médio (CG com a palavra “Difunde”) Panorâmica horizontal da Redação do Jornalismo da Band Meia panorâmica horizontal com Central da Band *News* Meia panorâmica horizontal com imagens da antena externa da Band	07:21-07:53	Uma pessoa com um simples celular é uma central de televisão de antigamente. Ela filma, ela sonoriza, ela edita, ela, é, qualifica a imagem, melhora a qualidade da imagem e, principalmente, fundamental, ela difunde essa imagem. Ela tem conexões que lhe permitem colocar numa rede global uma imagem que ela fez dentro de casa, praticamente no mesmo instante em que essa imagem e, portanto, esse fato, foi colhido.
  07:53-07:57 07:57-08:03 08:03-08:10	**Depoimento de Franz Vacek** Panorâmica horizontal da Central de Jornalismo da Rede TV! Meia panorâmica horizontal de Dilson a Franz Primeiro plano de Franz (CG com créditos do entrevistado)	07:53-08:10	Quem não conseguir se adaptar às novas tecnologias — internet, telefonia móvel — não vai conseguir sobreviver nos próximos anos. A televisão, ela sempre vai ter seu espaço. Mas a televisão já perdeu muito espaço.
  08:10-08:13 08:13-08:17 08:17-08:21 08:21-08:26 08:26-08:29	**Depoimento de Lecuk Ishida** Plano médio, com Tcharly à esquerda e Tainan à direita, levemente desfocados. Plano médio (CG com créditos do entrevistado) Primeiro plano Plano médio, com foco e desfoco, e com Tcharly à esquerda e Tainan à direita, levemente desfocados. Primeiro plano	08:10-08:29	A gente não sabe se a televisão tá virando computador, ou o computador tá virando televisão. É... Os formatos, eles tão ainda se testando. É. Tá todo mundo reaprendendo a fazer televisão, fazer documentário, fazer cinema. Tá todo mundo aprendendo a fazer de novo tudo isso. Então, a gente tá usando ferramentas antigas pra fazer coisas novas.

 08:29-08:34 08:34-08:36 08:36-08:38 08:38-08:41 08:41-08:43 08:43-08:44 08:44-08:45 08:45-08:46	**Depoimento de Bruno Altieri** Plano médio, deslocado para a direita, com foco e desfoco e câmera aparecendo à direita (CG com créditos do entrevistado) Plano médio Plano fechado de Bruno trabalhando no computador Meia Panorâmica vertical de placa da NBS Primeiro plano (CG com a palavra "Convergência" por 2 segundos) Plano médio Plano médio com foco e desfoco Plano médio de Bruno	08:29-08:46	A mesma mensagem da tevê tem que conversar com a mensagem da internet. Então, eu esqueço que existem meios diferentes e, na hora de planejar, eu penso em ideia. Depois, onde essa ideia vai tá é mais fácil com a convergência. O que eu tô querendo dizer é, com a convergência é mais fácil eu pegar uma ideia boa e espalhar. Porque tudo conversa.
 08:46-08:53 08:54-08:56 08:56-08:59	**Depoimento de Celso Zucatelli** Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Plano médio aberto de Celso e Edu Guedes apresentando o programa Plano aberto, como monitor do programa "Melhor pra você" à esquerda e câmeras trabalhando no estúdio, à direita.	08:46-08:59	Acho que essa convergência, sem dúvida nenhuma, é algo importante que a gente tem que tá atento a isso, mas, novas tecnologias podem aparecer amanhã, podem aparecer depois de amanhã, o importante é você estar preparado e aberto para as mudanças.
 08:59-09:01 09:01-09:06 09:06-09:09	**Depoimento de Luís Nachbin** Primeiro plano Plano médio com foco e desfoco, com Dilson à direita Plano médio	08:59-09:09	O público adora novidades, é, agora, construir novidades, televisão é um *business* como outro qualquer, construir novidade implica num risco, né?
 09:09-09:11 09:11-09:16 09:16-09:17 09:17-09:24 09:24-09:28	**Depoimento de Bruno Pinaud** Primeiro plano Plano americano Primeiro plano Meia panorâmica na sala de criação da agência NBS Plano geral (imagem da GoPro)	09:09-09:28	Tudo parte do público, né? O nosso objetivo é, é ser relevante, então, a gente tem que levar ao, o, o público é, é, a gente tem que se projetar no, no público, inclusive, né? Você precisa conhecer, você precisa se interessar pelas pessoas, você precisa saber é, reconhecer valores, é, reconhecer tendências.

09:28-09:33 09:33-09:40	Depoimento de Carlos Queiroz Plano médio (CG com créditos do entrevistado) Primeiro plano	09:28-09:40	O público brasileiro, ele é muito diversificado, né? Então não vai existir uma tecnologia avassaladora que vai eliminar todas as outras, elas vão se misturar mesmo.
09:40-09:45 09:44-09:53 09:53-09:59 09:59-10:03	**Depoimento de Cláudia Aied** Primeiro plano de Cláudia Plano médio dos apresentadores do "Balanço Geral", apresentando o programa na bancada do estúdio. Imagem com foco e desfoco Meia panorâmica vertical no *switcher* da Record Meia panorâmica horizontal da Redação de Jornalismo da Record	09:40-10:03	O público de TV que antes tinha mais fixação por TV mesmo, ele busca informação em outros lugares, ou ele vai pra internet, o próprio celular, né, que ninguém desgruda... E aí o seu desafio é acompanhar esse ritmo e dá pro seu telespectador a mesma informação que ele pode buscar lá em outras mídias pra você segurar, deixar ele próximo de você.
10:03-10:09 10:09-10:11 10:11-10:31 10:31-10:43	**Depoimento de Guilherme Bokel** Meia panorâmica horizontal no *switcher* da Record Plano americano de Guilherme Primeiro plano de Guilherme (CG com a palavra "Audiência", por 3 segundos; seguida da palavra "Público", por 3 segundos; e da palavra "Produtor", por 3 segundos) Meia panorâmica horizontal com imagens de Guilherme por detrás da cadeira e, em seguida, em primeiro plano e contra *plongée* (CG com a palavra "Desafio", por 2 segundos)	10:03-10:43	Como dizem lá fora, assim, "o produto é o rei". Não tenha dúvida. Se você tem um produto matador, as pessoas estarão vendo em qualquer parte do mundo. Agora, quem é o soberano mesmo é o cara que liga o aparelho, porque ele que tem o direito, ele que tem na mão o botão que faz ele assistir o seu produto, mesmo que ele seja bom ou ruim, ou o produto da internet, ou do cabo, concorrência, não importa. Você tem que conhecer. O desafio é conhecer profundamente cada vez mais a sua audiência. Não só a sua audiência, toda a audiência.
10:43-10:52	**Clipe de transição** Imagens das logomarcas das emissoras e produtoras em primeiro plano, com CG em *split screen*.	10:43-10:52 Trilha em BG	Trilha instrumental

10:52-11:04 11:04-11:09	**Depoimento de Débora Garcia** Plano médio fechado (emoldurado com o pedestal e o fio do microfone), seguido de meia panorâmica horizontal que se inicia no plano médio de Débora e termina no monitor do estúdio, em primeiro plano (CG com a palavra “Multitela”, por 3 segundos) Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado)	10:52-11:09	O perfil do, desse consumidor de mídia é um consumidor voraz, multi, multitela, é, antenado, com muito acesso ao conteúdo e que vai, certamente, exigir mais de todas as mídias, né, não só da TV. Vai querer cada vez mais qualidade e, possivelmente, mais quantidade também.
11:09-11:12 11:12-11:15 11:15-11:18 11:18-11:22 11:22-11:24	**Depoimento de Ricardo Boechat** Primeiro plano de perfil Plano médio Primeiro plano de perfil Plano médio, emoldurado com monitores da sala da entrevista Primeiro plano de perfil	11:09-11:24	Ele é mais volátil, ele é mais, ele é mais ávido por mudanças repentinas, ele quer agilidade. Ele quer rapidez no processo e no trânsito das imagens e das informações.
11:24-11:27 11:27-11:30 11:30-11:33 11:33-11:47	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano Plano americano Primeiro plano de Guilherme Meia panorâmica vertical, com imagens de fotografias de novelas antigas, em uma parede do Museu da TV	11:24-11:47	Eu diria que a nossa audiência hoje é bipolar, né? Porque de manhã ela tá de um jeito e à noite já tá, já é de outro. Ela muda de humores. A nossa audiência não é mais aquela coisa antiga, que fica ali, você sabe que aquilo pode mudar, aquela tendência pode mudar, daqui a um ano talvez, se um fato histórico ou qualquer coisa na sociedade caminha para que aquela sociedade mude um pouquinho.
11:47-11:48 11:48-11:49 11:49-11:56 11:56-11:59 11:59-12:02 12:02-12:04	**Depoimento de Bruno Altieri** Plano médio Primeiro plano Plano conjunto, com Tainan à direita (GoPro) Primeiro plano Plano médio Primeiro plano	11:47-12:04	Hoje a audiência não é só *broadcasting*. Então assim, a tevê hoje ela fala comigo e eu num sei como responder. Então, assim, eu tenho interação, eu tenho coisas diferentes. As pessoas tão exigentes em relação às empresas em geral, e vão ser mais exigentes com a publicidade, com tudo, com a qualidade do conteúdo do que elas estão vendo.

 12:04-12:07 12:07-12:09 12:09-12:12 12:12-12:15	**Depoimento de Thelma Guedes** Plano médio aberto, com foco e desfoco por detrás do vidro da sala da entrevista. Plano médio Plano médio aberto por detrás do vidro (CG com créditos do entrevistado) Plano médio	12:04-12:15	Com certeza, o receptor ficou mais exigente, mas é um desafio que, no final das contas... que eu acho legal, é bom, pra você também não se acomodar e fazer qualquer coisa e achar que cê é um gênio.
 12:15-12:20 12:20-12:21 12:21-12:29 12:29-12:34 12:34-12:37 12:37-12:44 12:44-12:46 12:46-12:49 12:49-13:02	**Depoimento de Cláudio Peralta** Primeiro plano (CG com nome do entrevistado) Primeiro plano dos monitores da recepção da Conspiração Meia panorâmica vertical com imagens de cartazes de produções da Conspiração Plano médio de Cláudio com equipamentos à esquerda e à direita Primeiro plano de Carlos Primeiro plano de monitores da ilha de edição da Conspiração, com clipe de efeitos especiais. Plano médio de profissional trabalhando no monitor, criando efeitos no software específico Meia panorâmica horizontal, mostrando molde em forma de rosto humano, seguido de trabalho no computador, no software específico Primeiro plano de monitores da ilha de edição da Conspiração, com clipe de efeitos especiais.	12:15-13:02	A verdade é que o telespectador já tá acostumado, já acostumou o olho, já sabe o que é bem feito, o que é mal feito. Então a pós-produção, a partir do momento que ela passou a ter um papel mais importante e abrangente nas produções, é, porque ela conseguiu trazer recursos que a televisão, ou que produtos antes não poderiam ter por ser caro, ela passou a ter também, a, o dever de ser manter em níveis altos. Então, é, o que dá pra sentir é que não existe mais produzir diferencialmente para uma publicidade, que vai passar umas cinquenta vezes ou cem vezes no canal, ou para televisão que a princípio passaria uma vez.

 13:02-13:04 13:04-13:10 13:10-13:13 13:13-13:14	**Depoimento de Bruno Pinaud** Primeiro plano de um monitor da ilha de edição da Conspiração, com clipe de efeitos especiais. *Plongée* de Bruno em primeiro plano, seguido de *tilt* para as mãos Plano médio Primeiro plano	13:02-13:14	Você tem que tá com o dedo muito no pulso do, do consumidor. Saber o que quer, onde ele tá, quais são os interesses dele, pra você tá bem em sintonia com aquilo, porque senão você simplesmente vai passar despercebido ou vai tá falando sozinho.
 13:14-13:18 13:18-13:25 13:25-13:27 13:27-13:29	**Depoimento de Marcílio Moraes** Primeiro plano (CG com créditos do entrevistado) Plano médio aberto de Marcílio, com Tcharly à direita Primeiro plano Primeiro plano de um *script* da série Plano Alto	13:14-13:29	Há uma exigência mais genérica, mais geral, assim, que a coisa tenha um ritmo mais rápido, né? O mundo hoje é mais rápido, né? Você vê filmes, coisas da década de 60 e de hoje, né, o ritmo é inteiramente diferente né?
 13:29-13:32 13:32-13:37 13:37-13:43 13:43-13:45	**Depoimento de Thelma Guedes** Contra *plongée* em primeiro plano de quadros e troféus de Marcílio, em cima da estante do escritório. Primeiro plano de Thelma Meia panorâmica horizontal, por detrás do vidro, começando fora do quadro até focar no plano médio de Thelma, com câmeras nas laterais. Plano médio	13:29-13:45	Se você também fala com, com muita rapidez, fala de, de... por exemplo, a estrutura é muito rápida, é... muita gente não entende, né? Aí fica difícil. Aí, todo mundo fala: "Ah! Pera aí, as cenas tão muito rápidas! Não dá pra entender".
 13:45-13:48 13:48-13:52 13:52-13:54	**Depoimento de Franz Vacek** Plano médio Primeiro plano Plano médio	13:45-13:54	Se nós não nos adaptarmos a isso, seremos ultrapassados pelo nosso próprio telespectador. Imagina um negócio desse?

 13:54-13:59 13:59-14:07 14:06-14:09 14:09-14:11 14:11-14:15 14:15-14:20	**Depoimento de Lecuk Ishida** Primeiro plano Plano geral (imagem da GoPro) Plano médio Plano médio – Lecuk de perfil Primeiro plano (CG com a palavra “Interatividade” por 2 segundos) Plano médio de perfil, seguido de *tilt* para cima	13:54-14:20	Qualquer relação, mesmo a re/ a relação entre espectador e televisão, ele tem que ser sustentável no seguinte. Ele precisa se autoalimentar. Tanto a televisão precisa servir pro cara, quanto o cara tem que servir pra televisão. Hoje, a interatividade permite isso. Você não é só espectador, como você é alimentador de conteúdo.
 14:20-14:23 14:23-14:26 14:26-14:29 14:29-14:33 14:33-14:39 14:39-14:43	**Depoimento de Carlos Queiroz** Meia panorâmica horizontal no escritório da Fox Plano geral da ilha de edição da Record Plano geral da porta do estúdio da Record *News* Plano médio de Carlos de perfil Primeiríssimo plano Plano médio (CG com a palavra “Feedback” por 2 segundos)	14:20-14:43	Hoje ninguém precisa de um canal de televisão para dividir suas histórias, sua forma de produzir suas ideias hoje. O vídeo tá aí, né, as plataformas de vídeo tão aí. Então, é um *mix* hoje em dia. É mais desafiador sim, ah, mas por outro lado, ah, você tem um feedback um pouco mais direto e um pouco mais quente, né?
 14:43-14:49 14:49-14:56	**Depoimento de Débora Garcia** Plano aberto de Débora, emoldurada pelo *teleprompter* nas laterais Primeiríssimo plano de Débora	14:43-14:56	O fato de ser, de estar em outras telas além da TV, não é garantia de sucesso, mas só fazer TV também, deitado em berço esplêndido e não pensar em outras formas de entrega, também é, no mínimo, preguiçoso, né?
 14:56-15:00 15:00-15:06 15:06-15:11 15:11-15:23 15:23-15:30	**Depoimento de Thelma Guedes** Primeiríssimo plano Meia panorâmica horizontal, por detrás do vidro da sala, com Thelma em plano médio de perfil. Primeiríssimo plano Meia panorâmica horizontal, por detrás do vidro da sala, com Thelma em plano médio de perfil. Primeiríssimo plano	14:56-15:30	Existe uma influência muito grande; na verdade, eu acho que é uma troca, é um espelho, né? Você espelha o que você vê e o telespectador, o receptor, ele devolve pra você. E é muito imediato, muito é... e quando rejeita, porque não gosta, porque não entende, porque não ah... é... cê não se comunicou, você não trocou, você falhou em algum momento, a gente não pode dizer que a falha é do receptor. Eu acho que se há uma falha, é de você entender essa comunidade naquele momento.

15:30-15:35 15:35-15:43 15:43-15:57 15:57-16:02	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano médio Primeiro plano de perfil Plano aberto (imagem da GoPro) Primeiro plano, por detrás de uma ampulheta	15:30-16:02	Você escrevendo novela, você precisa ter, né, a volta, né, a pessoa tá gostando, o que que não tá gostando, né, a começar por você mesmo, né, escreveu, um mês depois, quando tá indo ao ar, você vê o capítulo no ar, você sente o que é que tá indo bem, o que que, a mulher ali do lado já comenta, o pessoal sai na rua e as pessoas comentam e agora com esse negócio de, tudo que tem aí, né, Facebook, Twitter, Instagram, então, tem uma repercussão imediata.
16:02-16:10 16:10-16:17 16:17-16:26	**Depoimento de Thelma Guedes** Plano médio aberto (imagem da GoPro) Meia panorâmica horizontal, partindo de um quadro de Frida, na parede, até o primeiro plano de Thelma Depoimento de Thelma em primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo amarelo	16:02-16:26	Quando eu me afasto do, do receptor, eu, é, não consigo, é, ver muito sentido de eu estar falando. Pra quem eu estou falando se eu não estou falando pra quem tá lá no Twitter comentando? O que fica divertido, o que fica, é, desafiador, é, o que fica estimulante pro meu trabalho é poder trocar!
16:26-16:30 16:30-16:45 16:45-16:54	**Depoimento de Ricardo Boechat** Plano médio frontal Plano médio de perfil (CG com as palavras "Mídias sociais" e "Mídias individuais" por 2 segundos cada) Plano conjunto de Ricardo e do Tcharly (imagens da GoPro)	16:26-16:54	O que é que os jornais, os telejornais mais pesados, mais lentos e não onipresentes, porque ninguém é onipresente, estão fazendo? Estão tentando capturar esse conteúdo produzido... é... paralelamente pelas mídias individuais, pelas mídias sociais, que eu chamo de individuais porque cada um tem a sua. Elas se tornam mídias sociais porque todo mundo compartilha, mas no fundo, a produção é individual, individualíssima.
16:54-16:56 16:56-17:00 17:00-17:04 17:04-17:08 17:08-17:13 17:13-17:14	**Depoimento de Carlos Queiroz** Plano médio Primeiro plano Plano médio por detrás do vidro da sala Primeiro plano Plano médio por detrás do vidro da sala (CG com as palavras "Buzz", "Envolvimento", "Engajamento", "Tweet" por 4 segundos, uma por vez) Primeiro plano	16:54-17:14	As redes sociais nos ajudam a ter noção do que, do que pode funcionar, da capacidade de, de gerar envolvimento nas pessoas, mas ele também não é um parâmetro tão claro, né? Ah, eu gostaria muito de transformar *buzz*, envolvimento, engajamento, *tweet* em efetivamente audiência.

17:14-17:24	**Clipe de transição** Imagens de *switcher* em primeiro plano e equipes trabalhando em plano geral com efeito de CG em *split screen*.	17:14-17:24	Trilha instrumental em BG
17:24-17:26 17:26-17:30 17:30-17:39 17:39-17:42 17:42-17:49	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano Plano americano, com leve movimentação de câmera Plano médio aberto (imagem do GoPro) Plano médio, com foco e desfoco Plano médio aberto (imagem do GoPro)	17:24-17:49	A rede social tem esse papel, né? Ela vai trazendo pessoas que vão entrando toda hora, ligando seus *smartphones*, ou o seu iPad, seja qualquer aparelho que esteja conectado a uma rede social, à medida que começa um *buzz* sobre algum assunto, as pessoas vão entrando, vão entrando e o produto, isso vai sendo comentado. O produto tá no ar, uma notícia, qualquer coisa que esteja no ar, em qualquer canal.
17:49-17:59	**Depoimento de Bruno Pinaud** Depoimento em plano médio e em primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo verde.	17:49-17:59	Hoje você tem o *second screen*. Então, você tá, tá todo mundo vendo televisão e olhando no, nas redes sociais, postando, vendo fotos, lendo outras matérias.
17:59-18:02 18:02-18:09 18:09-18:14	**Depoimento de Camila Fonseca** Depoimento em primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo verde. Primeiro plano Plano americano	17:59-18:14	A gente tem que pensar que a gente já não é mais escravo da TV, né? Assim, as pessoas são pessoas multitelas, e hoje a gente passa a maior parte do tempo com o celular na mão. O celular é nossa primeira tela. Não é mais a TV.
18:14-18:25 18:25-18:27	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiríssimo plano Plano médio	18:14-18:27	O desafio é fazer o produ..., o melhor produto possível pra que isto não seja uma, uma coisa fácil para o consumidor, sair da televisão.
18:27-18:33 18:33-18:49 18:49-18:58	**Depoimento de Leo Madeira** Plano médio (CG com a palavra "Conteúdo" por 2 segundos) Plano aberto, com imagem da GoPro (CG com as palavras "Cativante", "Inteligente" e "Crítico") Primeiro plano de perfil	18:27-18:58	Mais desafiador é criar um conteúdo que seja... que seja ao mesmo tempo cativante, um conteúdo que chame a atenção, que gere audiência e que, simultaneamente a isso, seja inteligente, seja crítico, é... que tenha elementos, é... camadas de sentido, né? Que tenha uma riqueza, é... semiótica, vamos chamar assim, grande.

18:58-19:03 19:03-19:11 19:11-19:16 19:16-19:18 19:18-19:20 19:22-19:26	**Depoimento de Cláudio Peralta** Plano médio Primeiro plano, com foco e desfoco, emoldurado com tripé e gravador nas laterais. Primeiríssimo plano Plano geral de *switcher* da Rede TV Plano conjunto de funcionários trabalhando em computadores da sala de edição da Conspiração Meia panorâmica horizontal do *switcher* da Rede TV	18:58-19:26	Tem muitos recursos vindo por aí, fala-se muito sobre o nível de qualidade que se atinge, hoje você tem o HD, depois você vai ter o 4K, isso tenta ainda chamar um pouco de atenção no sentido de "Olha, você pode tá vendo na internet, mas aqui você vai ver um negócio que você não tem como ver em lugar nenhum, uma qualidade de imagem absurda, é um patamar diferenciado", mas ainda o conteúdo, ele consegue ser mais forte do que isso.
19:26-19:30 19:30-19:35 19:35-19:40	**Depoimento de Flávia Lima** Primeiro plano Plano americano (CG com créditos do entrevistado) Primeiro plano	19:26-19:40	Hoje em dia, você não tem mais assim: "Vou produzir um programa de TV". Você tem: "Vou produzir um conteúdo audiovisual, esse conteúdo audiovisual vai pra que tipo de mídia"? E você saber qual potencialidade que tem aquele conteúdo, porque nem tudo vai funcionar pra tudo.
19:40-19:50	**Depoimento de Guilherme Bokel** Depoimento de Bruno em plano americano e em primeiro plano, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo vermelho	19:40-19:50	Você tem um mercado de televisão aberta, um mercado de televisão a cabo, e agora você tem o mercado da internet e daqui a pouco eu não sei mais o que mais terá.
19:50-19:54 19:54-20:01	**Depoimento de Débora Garcia** Depoimento em plano médio, com CG em *split screen* (em movimento) e fundo vermelho Primeiríssimo plano	19:50-20:01	Por que a gente continua tendo as mesmas vinte e quatro horas no dia, né, os seres humanos continuam pautados por essa divisão de tempo. O tempo não aumentou, mas aumentaram as telas.
20:01-20:03 20:03-20:10 20:10-20:14	**Depoimento de Carlos Queiroz** Primeiro plano Plano médio de perfil, por detrás do vidro, com foco e desfoco Primeiro plano	20:01-20:14	E como a gente vai disputar a atenção das pessoas, seja na televisão grande, seja na outra tela? Como a gente vai ser capaz de dizer: "Querido, para tudo aí, me dá uns dez minutos da tua atenção, me dá vinte minutos da sua atenção"?

20:14-20:20 20:20-20:23	**Depoimento de Luís Nachbin** Plano médio, com foco e desfoco e câmera à esquerda Primeiro plano	20:14-20:23	Acho que a tevê tem que acompanhar o ritmo de evolução de linguagem. De certa forma, dialogar ainda com as alternativas que existem.
20:23-20:32	**Depoimento de Flávia** Plano aberto conjunto de Flávia e Tcharly (imagem da GoPro)	20:23-20:32	A TV tá olhando para outros... as outras mídias que tão surgindo, as outras telas e tá fazendo, e tá tentando se apropriar disso dentro da sua linguagem.
20:32-20:37 20:37-20:39 20:39-20:41 20:41-20:45 20:45-20:47 20:47-20:50	**Depoimento de Cláudia Aied** Primeiro plano (CG com a palavra “Linguagem” por 3 segundos) Plano geral de sala de produção da Record Meia panorâmica horizontal da redação da Record *News*. Meia panorâmica horizontal de *switcher* da Record Plano geral seguido de *zoom in*, da sala de produção da Record. Primeiro plano	20:32-20:50	E como é que você consegue isso? Com uma linguagem de TV, né? A graça da TV é a linguagem da TV, eu acho, embora cê consiga isso também na internet, porque agora também tem muita TV web, né? Mas eu acho que o desafio é, é você fazer isso, é, utilizando a TV que já é uma coisa que o público já ama há muitos anos.
20:50-20:53 20:53-21:15 21:15-21:22	**Depoimento de Débora Garcia** Primeiríssimo plano Plano médio, com foco e desfoco, seguido de meia panorâmica horizontal, começando em plano médio de Débora, indo para o visor da câmera em primeiro plano e retornando para o plano médio de Débora Plano aberto (imagem da GoPro)	20:50-21:22	Às vezes é confortante você chegar em casa e você saber que alguém programou a sua vida, né, que você não tem que ficar lá olhando palavra-chave, pulando de *link* pra *link*, abrindo várias telas, que tem, se você gosta de determinado conteúdo, de determinado canal, alguém já fez uma programação que faz sentido, que uma coisa conduz a outra, as coisas acontecem num certo tempo pré-determinado, então, de certa maneira, ajuda a organizar, é, o, a experiência de consumir um conteúdo audiovisual, né?
21:22-21:29 21:29-21:35	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiro plano de Susanna Plano médio centralizado de Susanna, com Tcharly à direita e câmera à esquerda	21:22-21:35	Essa figura do programador que organiza, por horário, uma grade de programação de um canal, ela tende a desaparecer. Acho que o próprio público quer fazer isso, meio que já tem feito isso de forma informal, no acesso que ele tem ao YouTube e outras plataformas pra assistir uma programação.

21:35-21:42 21:42-21:52 21:52-21:55	**Depoimento de Márcio Motokane** Primeiro plano (CG com a expressão "Grade de programação" por 3 segundos) Plano aberto, com imagens da Go Pro (CG com as palavras "Transformação" e "Target", por dois segundos cada) Plano médio (CG com a expressão "*On demand*" por 2 segundos)	21:35-21:55	Com relação à grade de programação convencional, eu acho que existe um grande risco sim de ela desaparecer, não por completo, mas ela diminuir ou ela se transformar, se ajustando hoje ao *target*, pensando nos jovens, que veem a televisão de outra maneira, que seria, basicamente, por demanda. É o *on demand*.
21:55-22:06 22:06-22:11	**Depoimento de Cláudio Peralta** Plano aberto americano, com imagem da GoPro e equipe refletindo em plano geral no monitor de TV Primeiríssimo plano	21:55-22:11	A tendência é que você queira perder seu tempo com o que você quer ver. E não com o que está disponível. E você poder ter essa escolha, é o que a televisão precisa fazer para poder se manter com a abrangência que ela ainda tem hoje.
22:11-22:21 22:21-22:29	**Depoimento de Rubens Pozzi** Meia panorâmica vertical, começando do plano conjunto de dois monitores e seguindo para o plano médio. Plano médio	22:11-22:29	E quão grande é o público que a gente pode alcançar ainda nessas plataformas que, que, que tão aí, ou perdidos, ou que não sabem usar, ou que tem medo de usar e, ou não tem esse hábito, e gostariam de ficar na TV, talvez quando conheçam essa liberdade que eles vão ter, vão gostar.
22:29-22:30 22:30-22:37 22:37-22:41 22:41-22:46	**Depoimento de Celso Zucatelli** Plano médio de perfil Meia panorâmica horizontal do estúdio do programa "Melhor pra você" Plano aberto (imagem do GoPro) Plano conjunto de Celso, Dilson e Tcharly	22:29-22:46	Simplesmente é uma outra maneira de você consumir televisão. Isso pensando o lado do consumidor. Eu acho que você tem mais opção para as pessoas. Isso é bom, isso é positivo, Isso é bacana. Então, a gente tem que entender assim. Como o profissional de televisão, a gente tem que batalhar pra gente jamais pensar nisso. Não entenda aquilo como um concorrente, entenda aquilo como um aliado.
22:46-22:52 22:52-22:54	**Depoimento de Marcílio Moraes** Primeiro plano Plano médio	22:46-22:54	Essa escolha individual é o que vai prevalecer mais que essa televisão horizontal, assim, de grade.

  22:54-22:57 22:57-22:58 22:58-23:02 23:02-23:08 23:08-23:09	**Depoimento de Rubens Pozzi** Primeiro plano de um monitor da ESPN Plano conjunto de dois monitores da ilha de edição da ESPN Primeiríssimo plano de Rubens Plano médio de Rubens de perfil, por detrás de um objeto da mesa. Primeiríssimo plano de Rubens	22:54-23:09	Hoje em dia, por que que eu vou esperar chegar em casa pra, pra ver tal coisa, se eu posso assinar só isso, comprar só isso e vou assistir do meu *tablet*, do meu celular, ou ver do meu trabalho, ou ver viajando ou vou guardar isso e ver depois?
23:09-23:18	**Clipe de transição** Bastidores dos estúdios, redações e equipes trabalhando em plano geral, com CG em *split screen*.	23:09-23:18 Trilha em BG	Trilha instrumental
  23:18-23:21 23:21-23:30 23:30-23:38 23:38-23:42	**Depoimento de Thelma Guedes** Primeiro plano Meia panorâmica horizontal por detrás do vidro Plano médio aberto (imagem da GoPro, CG com a palavra "Narrativas") Plano médio, com foco e desfoco	23:18-23:42	Eu sempre brinco, é isso, eu me sinto, quando eu vou escrever uma novela, a minha missão, e me coloco nesse lugar, de um, um velho narrador, é, em volta da fogueira, contando para sua comunidade histórias. Essas narrativas têm um papel, eu acho, sempre teve, de fazer com que as sociedades se reconheçam.
  23:42-23:46 23:46-23:49 23:49-23:56 23:56-24:05	**Depoimento de Débora Garcia** Primeiro plano Plano aberto conjunto, com Tcharly e Tainan Primeiro plano (CG com a palavra "*Storytelling*" por 2 segundos) Plano aberto, com imagem da GoPro (CG com os nomes "Ficção", "Jornalismo", "*Talk show*" e "*Reality*", por 1,5 segundos cada)	23:42-24:05	A TV, ela precisa encontrar um lugar, que é o lugar da contação de história, na minha percepção, né, do que, do que se chama no mercado de *storytelling*, né? É, as boas histórias sempre terão espaço. E as boas histórias eu não me refiro somente à ficção, né? Você pode ter boas histórias no jornalismo, ter boas histórias num *talk-show*, num, num *reality,* né?
  24:05-24:09 24:09-24:11	Depoimento de Lecuk Ishida Primeiro plano, com leve *tilt* para destacar as mãos em primeiro plano Plano médio	24:05-24:11	A própria publicidade, esses momentos de breaks, já tão repensando uma outra forma de se colar na televisão.

24:11-24:16 24:16-24:21	**Depoimento de Flávia Lima** Primeiro plano Plano conjunto de Flávia, com Tcharly à direita (Go Pro)	24:11-24:21	A propaganda tá indo muito por, para um lado de histórias reais, então você vai falar de uma marca, mas a marca não tá vendendo um produto, ela tá vendendo uma emoção, ela tá vendendo uma experiência.
24:21-24:21 24:24-24:29 24:29-24:30	**Depoimento de Bruno Pinaud** Primeiro plano Plano detalhes das mãos Plano americano	24:21-24:30	Vai haver uma fusão ainda maior das marcas com o conteúdo, você não vai precisar parar o programa pra, pra passar a mensagem de um patrocinador.
24:30-24:36 24:36-24:38	**Depoimento de Juli Wexel** Primeiro plano Plano médio	24:30-24:38	Hoje você não tem mais um, você não pensa mais necessariamente numa narrativa linear, porque nós estamos pensando em links já.
24:38-24:48 24:48-24:53	Depoimento de Flávia Lima Primeiro plano de Flávia Plano americano de Flávia (CG com *split screen* em três telas, à direita, com conteúdos diferentes: a tela 1 com o primeiro plano do monitor de uma ilha de edição; a segunda tela com plano aberto do estúdio do "Melhor pra você" e a tela 3 com o primeiríssimo plano de Carlos)	24:38-24:53	Quando você vai, começa a pensar num programa, começa a pensar numa série, num programa, você já pensa como aquele, você pensa a TV, claro, mas você, na verdade, pensa igualmente como aquele conteúdo se desdobra em todas as mídias.
24:53-25:00 25:00-25:14 25:14-25:23	**Depoimento de Carlos Queiroz** Primeiríssimo plano Plano médio (CG com as palavras "Cápsulas", "Pílulas", "Promos", "Depoimentos" e "*Teasers*", com 1 segundo cada) Primeiro plano por detrás do vidro	24:53-25:23	As tecnologias, elas nos obrigam, como produtores e como pensadores de conteúdo, a gerar um conteúdo ao redor do conteúdo. A gente tem pensado em cápsulas, pílulas, promos, depoimentos, *teasers*, pequenos vídeos para as redes sociais, hã... fotos, né, porque, você conquistar a atenção das pessoas, conquistar um pouco de envolvimento, é... demanda outras ferramentas que antes eu não, não poderia contar.

25:23-25:27 25:27-25:30 25:30-25:36 25:36-25:41	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiro plano de Susanna Plano médio de Susanna Plano médio de Susanna, com foco e desfoco Primeiro plano de Susanna	25:23-25:41	Transmídia é uma linguagem que a gente precisa aprender a fazer e pensar os projetos dessa forma, já na origem do projeto. O que hoje eu vejo muito é assim, o que você exibiu na televisão, você automaticamente bota na internet, mas eu acho que a gente tem que pensar em novos formatos e novas linguagens, pra de, de fato, isso ser uma coisa transmídia.
25:41-26:11	**Depoimento de Márcio Motokane** Depoimento de Márcio em plano médio, primeiro plano e plano aberto, simultâneos por conta da CG em *split screen* (em movimento) e fundo magenta.	25:41-26:11	Eu sei de uma informação num programa de televisão, de uma série, por exemplo, só que — se eu juntar essa série com outra série, que é uma *websérie* na internet —, eu consigo achar outras informações e outras curiosidades pra me manter naquela/ naquele tema. É, e automaticamente no título de um videogame ligado àquela série. Isso acontece muito nos universos dos HQs, né? Isso é muito legal. Isso faz parte dessa curiosidade e desse entretenimento que hoje a gente busca.
26:11-26:13 26:13-26:16	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiro plano Plano médio	26:11-26:16	Os conteúdos tendem a ficar mais transmidiáticos, e a gente vai ter que ser mais criativo pra atrair a atenção do público.
26:16-26:25	**Clipe de transição** Planos abertos e primeiros planos com imagens de *switcher* e de objetos do Museu da TV, com efeito de CG em *split screen*	26:16-26:25	Trilha instrumental
26:25-26:31 26:31-26:36	**Depoimento de Vida Alves** Plano aberto (com imagens da GoPro) Primeiro plano	26:25-26:36	A tecnologia é tão grande que nós chegamos onde sabemos que chegamos e onde não sabemos que chegamos.
26:37-26:39 26:39-26:51 26:51-27:00	**Depoimento de Luís Nachbin** Primeiro plano Meia panorâmica horizontal do primeiro plano para o plano detalhe do visor da câmera com Luís em plano médio Plano médio	26:36-27:00	Ouvimos rádio. Continuamos ouvindo rádio. Ouvimos rádio de maneira diferente. Ouvimos rádio no celular hoje em dia, vemos tevê no celular, nos sentamos menos na sala, a família para assistirmos juntos à programação da televisão. Vai havendo a evolução, né, o mundo é dinâmico, as transformações tecnológicas levam a TV a mudar o tempo inteiro.

27:00-27:03 27:03-27:07 27:03-27:11 27:11-27:15	**Depoimento de Ricardo Boechat** Plano médio Primeiro plano frontal Primeiro plano lateral Primeiro plano frontal finalizado com movimento para a esquerda, com primeiro plano do entrevistado refletido no vidro da sala.	27:00-27:15	Eu tenho a impressão de que a televisão terá que se adaptar a essa relação, perderá expressão na forma como é feita hoje, que é inevitável, mas não desaparecerá, no sentido assim de sumir, como sumiu o telégrafo, por exemplo.
27:15-27:20	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiro plano	27:15-27:20	Eu tenho fé que o futuro é cada vez mais investir em conteúdo.
27:20-27:24 27:24-27:31	**Depoimento de Celso Zucatelli** Plano médio Primeiro plano	27:20-27:31	E o futuro, que ele venha cheio de tecnologia, cheio de novidades. Eu acho que a tecnologia vai tá cada vez mais presente, a mobilidade vai tá cada vez presente, isso sem dúvida nenhuma, mas o que vai surgir no meio do caminho? Eu não tenho ideia.
27:31-27:36 27:36-27:38	**Depoimento de Márcio Motokane** Primeiro plano Plano médio	27:31-27:38	Essa televisão do futuro, ela já existe. Eu acredito, na verdade, numa televisão que conte boas histórias.
27:38-27:42 27:42-27:45 27:45-27:46	**Depoimento de Thelma Guedes** Primeiro plano Plano médio por detrás do vidro Primeiro plano	27:38-27:46	As narrativas vão ser contadas, vão... as narrativas vão ser ouvidas e é isso que é importante.
27:46-27:50	**Depoimento de Franz Vacek** Plano aberto (com imagem da GoPro)	27:46-27:50	O futuro da TV é uma TV muito mais autoral.
27:50-27:54 27:54-27:55	**Depoimento de Juli Wexel** Primeiro plano Plano médio	27:50-27:55	Se a gente pensar de uma maneira bem futurista mesmo, eu acho que, na verdade, é o público que vai comandar tudo.
27:55-28:04	**Depoimento de Carlos Queiroz** Primeiro plano de perfil de Carlos	27:55-28:04 Trilha em BG	Quanto ao futuro mesmo, hã, não sei. De repente vai virar chip que implanta aqui dentro e não precisa mais de nada.

28:04-28:08 28:08-28:17 28:17-28:22	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano Plano médio, com GoPro Primeiríssimo plano	28:04-28:22 Trilha em BG	A TV do futuro vai ser uma só na minha cabeça. Não sei se você vai poder botar um óculos aqui e ficar assistindo ela. É, mas ela vai tá em todos os lugares, na sua vida, unificada, e você vai acessar o que você quiser, a hora que você quiser.
28:22-28:24 28:24-28:28	**Depoimento de Débora Garcia** Plano americano de Débora Primeiro plano de Débora	28:22-28:28 Trilha em BG	Tudo ao mesmo tempo agora, vamos dizer assim, né? Se tivesse um slogan da TV do futuro, seria um pouco por aí.
28:28-29:04 29:04-29:56 29:56-30:00	**Créditos finais** Créditos da equipe Créditos – Apoio institucional e agradecimentos Crédito – UESC – Comunicação Social – 2015.2	28:28-30:00	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 1 - TV ABERTA

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;13;16	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;00;00;00-00;00;13;16	ELA: É por isso que eu quero acabar com essa sala! Olha a bagunça disso aqui! E você? Ainda tá esperando esse programa começar... ELE: É, Carla, eu e um monte de gente, né?
00;00;13;17-00;00;34;11	**Abertura**	00;00;13;17-00;00;34;11	Trilha instrumental
00;00;34;12-00;00;36;04	**Depoimento de Guilherme Bokel** Plano americano	00;00;34;12-00;00;39;15	A televisão aberta, ela tem um caminho claro, que é unir a família.
00;00;36;05-00;00;38;15	Plano geral (GoPro)		
00;00;38;16-00;00;39;15	Plano americano		
	Depoimento de Luís Nachbin	00;00;39;16-00;00;46;00	Uma grande parte da nossa audiência ainda consome, é, majoritariamente, TV aberta.
00;00;39;16-00;00;43;03	Primeiro plano		
00;00;39;20-00;00;42;20	Inserção de caractere com o nome do entrevistado		
00;00;43;04-00;00;46;00	Plano americano com equipe (GoPro)		
00;00;46;01-00;00;54;15	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano	00;00;46;01-00;01;04;03	A família que hoje a gente fala não é mais a que fica sentada em frente à televisão, é aquela coisa da rede social. Quando uma novela tá no ar, se você não estiver junto vendo, se você gostar da novela, se o teu grupo gostar da novela, estará o tempo todo conversando nas redes sociais.
00;00;47;03-00;00;50;03	Inserção de caracteres com o nome do entrevistado		
00;00;54;16-00;01;01;16	Plano geral (GoPro)		
00;01;01;17-00;01;04;03	Primeiro plano		

00;01;04;04-00;01;11;21	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;01;04;04-00;01;11;13	ELA: HAHAHAHAHA. Tá vendo aí? Tá todo mundo falando mal aqui também. ELE: Como é que você consegue ficar no celular e prestar atenção ao mesmo tempo?
00;01;11;22-00;01;16;16 00;01;11;24-00;01;15;01 00;01;16;17-00;01;20;10 00;01;20;11-00;01;25;29	**Depoimento de Lecuk Ishida** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio Plano geral (GoPro)	00;01;11;14-00;01;25;29	A internet ainda é segmentada. Você busca ali. A TV aberta, até pela/ culturalmente, pensando no brasileiro, ele liga, e às vezes, ele até serve como um rádio, né?
00;01;26;00-00;01;40;04	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;01;26;00-00;01;40;04	ELA: Ah, mas não tem a menor graça assistir e não ver o que todo mundo tá falando. ELE: A graça pra mim é sentar no sofá e assistir o que eu quero na hora que tá passando. ELA: Ah é, pois eu assisto o que eu quero na hora que eu quiser.
00;01;40;05-00;01;47;20 00;01;41;04-00;01;44;24 00;01;47;21-00;01;54;27 00;01;54;28-00;02;01;26 00;02;01;27-00;02;05;16	**Depoimento de Márcio Motokane** Plano médio Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Primeiríssimo plano Plano geral (GoPro) Plano médio	00;01;40;05-00;02;05;16	O ponto positivo da TV aberta é ainda o hábito de assistir TV por grade, programação por grade. O ponto negativo da TV aberta é que... eu acho que ela tem que, cada vez mais... ela tem que se atualizar, se popularizar e sair um pouco da caixinha do que é fazer audiovisual. E fazer audiovisual para exibição em TV aberta. Que isso... há realmente um exercício que as pessoas precisam fazer, que os profissionais precisam ter, e o público também precisa ter, de desapego.

00;02;05;17-00;02;08;24 00;02;05;21-00;02;08;21 00;02;08;25-00;02;13;15	**Depoimento de Carlos Queiroz** Plano médio Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Primeiríssimo plano	00;02;05;17-00;02;13;15	A própria TV aberta já está mais segmentada, já está pensando em diferentes tipos de conteúdo, não há mais esse poder de dizer "Todos vão amar essa, esse único conteúdo".
00;02;13;16-00;02;17;18 00;02;17;19-00;02;23;16 00;02;18;10-00;02;21;09 00;02;23;17-00;02;26;03	**Depoimento de Franz Vacek** Plano médio Plano médio com GoPro Inserção de caractere com o nome do entrevistado Primeiríssimo plano	00;02;13;16-00;02;26;03	Nós somos diferentes, nós temos o nosso jeito, o nosso jeito de produzir, o nosso jeito de contar a história, o nosso... enfim, o nosso formato de fazer TV. E nós somos muito bons nisso.
00;02;26;04-00;02;28;00 00;02;28;01-00;02;31;00	**Depoimento de Carlos Queiroz** Plano médio Primeiríssimo plano	00;02;26;04-00;02;31;00	Não se enganem: a TV aberta no Brasil é muito boa, é muito boa.
00;02;31;01-00;02;50;16	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;02;31;01-00;02;50;16	ELE: Carla, você não viu aquela série policial que todo mundo comentou? ELA: Vi, mas achei que que já tinha visto antes. ELE: Ah, a gente tá no Brasil! Aqui tudo é misturado!! ELA: É, a mistura até que tá dando certo. Tem umas coisas boas por aí mesmo ELE: Fica quieta, fica quieta. Olha, vai começar o programa.
00;02;50;17-00;03;34;26	**Créditos finais**	00;02;50;17-00;03;34;26	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 2 – TELEJORNALISMO

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
 00;00;00;00-00;00;04;16 00;00;04;17-00;00;09;02	**Depoimento de Franz Vacek** Plano médio Primeiríssimo plano	00;00;00;00-00;00;09;02	Quem que inventou, assim, certos, certas regras para o jornalismo que parecem dogmas, que não dá para passar ou ultrapassar?
00;00;09;03-00;00;29;27	**Abertura**	00;00;09;03-00;00;29;27	Trilha instrumental
 00;00;30;00-00;00;36;08 00;00;32;03-00;00;35;05	**Depoimento de Franz Vacek** Plano aberto (Go Pro) Inserção de caracteres com o nome do entrevistado	00;00;30;00-00;00;36;08	Quem disse que a informação não pode ser passada com qualidade com um sorriso, é... com um abraço com o personagem?
 00;00;36;09-00;00;44;08	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;00;36;09-00;00;44;08	ELE: Gente, eles estão apresentando o jornal em pé? ELA: Agora que você viu que eles estão fazendo isso? Tá com uma pegada bem mais leve.
 00;00;44;09-00;00;48;09 00;00;44;12-00;00;47;12 00;00;48;10-00;00;54;23	**Depoimento de Wanderley Villa Nova** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano americano conjunto com cinegrafista (GoPro)	00;00;44;09-00;00;54;23	No começo, bem lá no comecinho, tipo, vinte anos atrás, diziam que, até por um bom tempo, diziam que entretenimento não se misturava com jornalismo e vice e versa.
 00;00;54;24-00;01;00;15 00;00;55;06 00;00;58;05 00;01;00;16-00;01;03;13	**Depoimento de Cláudia Aied** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio	00;00;54;24-00;01;03;13	Desse jeito, você, você traz a, a informação mais perto daquele público, porque o público começa a entender porque que aquilo pode ou não mexer com a vida dele.

	Depoimento de Rubens Pozzi	00;01;03;14-00;01;20;21	E aí acho que tá a nossa maior missão e, talvez, a nossa maior responsabilidade, de não deixar que o entretenimento engula a imparcialidade, engula o posicionamento sério.
00;01;03;14-00;01;14;09	Primeiro plano		
00;01;05;10-00;01;08;09	Inserção de caracteres com o nome do entrevistado		
00;01;14;10-00;01;20;21	Plano médio		
	Depoimento de Guilherme Bokel	00;01;20;22-00;01;27;09	A informação, ela tem um poder muito maior hoje de sedução do que o entretenimento.
00;01;20;22-00;01;27;09	Plano médio		
00;01;22;04 00;01;25;08	Inserção de caracteres com o nome do entrevistado		
	Diálogos do casal protagonista	00;01;27;10-00;01;39;17	ELE: É, tá melhor mesmo. Tá mais a cara da gente. ELA: Tudo muda. Inclusive essa sala já deu o que tinha que dar. Bora renovar? ELE: Mas tudo, tem que mudar tudo mesmo?
00;01;27;10-00;01;39;24	Plano americano		
	Depoimento de Juli Wexel	00;01;39;21-00;01;51;07	Muita gente fala, "o jornalismo tá morrendo? Ele tá mudando?" A velha forma de fazer jornalismo talvez sim. A gente tá num momento de transição muito grande em relação a tudo isso.
00;01;39;25-00;01;43;21	Plano médio		
00;01;40;05-00;01;43;06	Inserção de caracteres com o nome do entrevistado		
00;01;43;22-00;01;49;03	Primeiro plano		
00;01;49;04 00;01;51;07	Plano médio		
	Depoimento de Ricardo Boechat	00;01;51;08-00;02;16;13	Você não tem um grupo de pessoas fazendo imagem com um celular, você tem cada pessoa fazendo imagem com um celular. Então, na soma das mídias individuais, também chamadas de mídias sociais, tão produzindo um conteúdo jornalístico que revoluciona o processo de apuração. Na sua velocidade, na sua abrangência, na sua multiplicidade.
00;01;51;08-00;01;57;04	Primeiro plano de perfil		
00;01;52;07-00;01;55;09	Inserção de caracteres com o nome do entrevistado		
00;01;57;05-00;02;08;14	Plano conjunto com cinegrafista (Go Pro)		
00;02;08;15-00;02;16;13	Plano médio		

	Diálogos do casal protagonista	00;02;16;14-00;02;29;26	ELA: Olha isso aqui. Eu filmei aquela cratera que tá acabando com a nossa rua. Vamos mandar pra TV? ELE: Cratera? Quem vai dar importância pra isso? ELA: Ah, você tá por fora. Eles que pedem. E nosso nome ainda vai aparecer.
00;02;16;14-00;02;29;26	Plano americano		
	Depoimento de Franz Vacek	00;02;29;27-00;02;43;05	O grande diferencial que eu acho do jornalista hoje para uma pessoa que tem uma câmera na mão e tá opinando e postando seus vídeos na internet, no YouTube, é a informação, é a apuração daquela informação, né?
00;02;29;27-00;02;35;00	Plano médio		
00;02;35;01-00;02;43;05	Plano médio (GoPro)		
	Depoimento de Juli Wexel	00;02;43;06-00;02;54;02	A comunicação está sendo muito híbrida. E quando a gente fala de jornalismo, aí a qualidade da informação precisa receber uma maior atenção.
00;02;43;06-00;02;48;25	Primeiro plano		
00;02;48;26-00;02;54;02	Plano médio		
	Depoimento de Ricardo Boechat	04:03-04:15	Cada um de nós se tornou gerador de conteúdo com capacidade, com potencial de difusão. Isso me faz muito mais crítico daquilo que tão me apresentando como conteúdo produzido por terceiro.
00;02;54;03-00;03;00;07	Primeiro plano de perfil		
00;03;00;08-00;03;06;06	Plano médio		
	Diálogos do casal protagonista	00;03;06;07-00;03;21;06	ELA: Viu aí que falaram o meu nome? E você nem queria mandar o vídeo, hem? ELE: Mandar é fácil! Quero ver resolver o problema. ELA: Ih, tá assim só porque não falaram seu nome. Faz o seu aí agora...
00;03;06;07-00;03;21;06	Plano americano		
00;03;21;07-00;04;05;19	**Créditos finais**	00;03;21;07-00;04;05;19	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 3 – ENTRETENIMENTO

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
	Depoimento de Rubens Pozzi	00;00;00;00-00;00;17;10	A televisão, hoje a gente pode falar, que ela, que ela tomou conta de um, de uma parcela, que antes era dividida entre leitura, é, entretenimento fora de casa, no teatro, no estádio de futebol.
00;00;00;00-00;00;06;23	Plano médio (GoPro)		
00;00;06;24-00;00;09;27	Plano médio		
00;00;09;28-00;00;17;10	Primeiro plano		
00;00;17;11-00;00;38;01	**Abertura**	00;00;17;11-00;00;38;01	Trilha instrumental
	Diálogos do casal protagonista	00;00;38;02-00;00;49;16	ELA: Mozão, já decidiu que dia a gente vai desmontar essa sala? ELE: Não, porque a gente não vai. Como é que eu vou me divertir dentro de casa que não tem uma sala de TV? ELA: Eu não tô acreditando que eu tô ouvindo isso. ELE: Pois acredite.
00;00;38;02-00;00;49;16	Plano americano		
	Depoimento de Flávia Lima	00;00;49;17-00;01;11;29	A tecnologia nasce pra te facilitar a vida, pra você ter mais tempo de vida e... e, na verdade, ela tem um efeito contrário. Quanto mais tecnologia você tem disponível, mais coisa você traz para fazer, porque agora você não gasta tanto tempo com uma coisa que você fazia antigamente. Então, essa aceleração, essa coisa, quando você vai pra TV, você realmente tá num momento em que você quer relaxar.
00;00;49;17-00;00;56;11	Plano conjunto de Flávia e entrevistador com a GoPro		
00;00;56;12-00;01;02;09	Plano americano		
00;00;56;13 00;00;59;13	Inserção de caracteres com nome do entrevistado		
00;01;02;10 00;01;11;29	Primeiro plano		

00;01;12;00- 00;01;16;08 00;01;16;09- 00;01;24;03 00;01;17;08- 00;01;21;08- 00;01;24;04- 00;01;28;06	**Depoimento de Rubens Pozzi** Plano médio (GoPro) Primeiro plano Inserção de caracteres com nome do entrevistado Plano médio	01:32-01:48	Uma pessoa hoje, facilmente, não precisa sair de casa pra ter uma experiência cultural, uma experiência musical, esportiva, é... até educacional, didática.
00;01;28;07- 00;01;58;29	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;01;28;07- 00;01;58;29	ELE: Carla, quantos momentos felizes a gente já viveu aqui e você agora tá me propondo um divórcio? ELA: Para! Para que tá feio. Que é isso? Que exagero, Caio! Pelo amor de Deus. A gente já conversou sobre isso. Ninguém mais tem sala de TV. Só a gente. Eu vejo meus programas pelo celular, você vê pelo computador de madrugada, que eu sei... ELE: Sim, sim, eu, sei, mas você não consegue perceber que isso aqui é quase um templo sagrado? É aqui que eu consigo relaxar. É por isso que a gente vê TV. Pra se divertir.
00;01;59;00- 00;02;07;00 00;01;59;15 00;02;02;20 00;02;07;01- 00;02;15;14	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano Inserção de caracteres com nome do entrevistado Plano médio	00;01;59;00- 00;02;15;14	O entretenimento, ele é super importante, ele é cada vez mais importante para unir as famílias, no caso, a televisão aberta, pra formar linguagem, pra formar cultura, pra divertir simplesmente, dar um refresco às pessoas.
00;02;15;15- 00;02;25;07 00;02;25;08- 00;02;34;13 00;02;34;14 00;02;38;09	**Depoimento de Flávia Lima** Primeiro plano Plano conjunto de Flávia e entrevistador (GoPro) Plano americano	00;02;15;15- 00;02;38;09	Por mais que a gente queira variar os conteúdos, o formato entretenimento, a pitada de entretenimento tem que tá lá, porque isso atrai a pessoa. Não que a gente ache que os outros formatos, uma coisa que não seja puro entretenimento, que seja um conteúdo um pouco mais, digamos assim, informativo, educativo, não atraia, atrai. Mas a gente vê cada vez mais as pessoas buscando um escape na hora de assistir TV.

00;02;38;10-00;02;52;25	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;02;38;10-00;02;52;25	ELA: Bonito, tive uma ideia: bora dividir os horários? ELE: Mas por que a gente vai fazer isso? Você nem gosta desse lugar, você quer destruir tudo isso aqui. ELA: Sim! Mas eu também tenho direito de relaxar. ELE: Relaxar! E a vez, de quem é? ELA: Minha, é óbvio. Dá licença. ELE: Claro.
00;02;52;26-00;03;36;28	**Créditos finais**	00;02;52;26-00;03;36;28	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 4 - ESPORTE

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;09;07	**Depoimento de Vida Alves** Plano aberto (GoPro)	00;00;00;00-00;00;09;07	Naquele tempo eram três câmeras pra tudo! E resolveram fazer futebol.
00;00;09;08-00;00;30;03	**Abertura**	00;00;09;08-00;00;30;03	Trilha instrumental
00;00;30;04-00;00;38;23 00;00;31;14-00;00;34;16 00;00;38;24-00;00;45;22	**Depoimento de Vida Alves** Primeiríssimo plano Inserção de caracteres com nome da entrevistada Plano americano	00;00;30;04-00;00;45;22	Eles punham as três câmeras num caminhão, e claro, três técnicos, três operadores. E como fazia a programação? Saia do ar. E o que que ficava no ar? Shiiii.
00;00;45;23-00;01;01;21	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;00;45;23-00;01;01;21	ELA: E aí? Bora, meu amor, bora ver o jogo no estádio? ELE: Que loucura! Lá a gente pode ser assaltado, morto e execrado. Sem falar que lá não dá pra ver o jogo direito. ELA: Como assim? E a emoção? E a vibração da galera?
00;01;01;22-00;01;09;14 00;01;02;01-00;01;05;03 00;01;09;15-00;01;20;14 00;01;20;15-00;01;26;20	**Depoimento de Rubens Pozzi** Plano médio Inserção de caracteres com nome do entrevistado Plano médio (GoPro) Primeiro plano	00;01;01;22-00;01;26;20	A pessoa que achava bacana ir pro estádio, que achava legal passar o domingo dela fora de casa pra, pra ver um jogo, seja ele de futebol, vôlei, o que seja, ou viajar pra fazer alguma coisa, ela teve na televisão, ali, uma coisa muito mais cômoda é... que ela pode ter muito mais opções, escolher, se for o caso, pagar pra isso, *pay-per-view*.

 00;01;26;21-00;01;33;03 00;01;27;25-00;01;30;25 00;01;33;04-00;01;42;29 00;01;43;00-00;01;56;03	**Depoimento de Cláudio Peralta** Plano médio Inserção de caracteres com nome do entrevistado Plano americano (GoPro) Primeiro plano	00;01;26;21-00;01;56;03	O esporte, especificamente, é um que quase fica como um programador que tem um espaço eterno e que tem uma grade cativa, gera muitos recursos, porque você sabe que as pessoas vão assistir, vão olhar e aí você consegue associar melhores vendas de espaços comerciais. E isso tudo te ajuda muito na hora de escolher o que você vai passar e reforçar a sua grade.
 00;01;56;04-00;02;15;25	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;01;56;04-00;02;15;25	ELE: Oh, Carlinha, você acha que eu pago um pacote caríssimo de *pay-per-view* para ir assistir num estádio? Olha, minha família, eu vou ficar tranquilão aqui no meu sofá, assistindo tudo em *full* HD. E tem mais, já chamei a galera, já comprei a cerveja, só falta começar. ELA: De novo? Já tô vendo a bagunça. Agora que eu saio mesmo!
 00;02;15;26-00;02;22;28 00;02;17;07-00;02;20;07 00;02;22;29-00;02;27;20 00;02;27;21-00;02;32;04	**Depoimento de Débora Garcia** Primeiríssimo plano Inserção de caracteres com o nome da entrevistada Plano americano Plano geral (GoPro)	00;02;15;26-00;02;32;04	Quando a gente pensa numa Copa do Mundo, nas Olimpíadas, no Pan, numa final de, de um *reality* de música ou qualquer coisa do gênero, não tem outra, ainda não consigo ver outra mídia que não seja a TV, né, com todo um aparato fazendo aquilo acontecer.
 00;02;32;05-00;02;38;12 00;02;38;13-00;02;42;29	**Depoimento de Rubens Pozzi** Primeiro plano Plano médio (GoPro)	00;02;32;05-00;02;42;29	O evento ao vivo chama bastante atenção das pessoas, saber que aquilo ali tá acontecendo naquele momento, de não saber quem vai ganhar aquele jogo, seja vôlei, seja golfe, seja o que, o que for.

  00;02;43;00- 00;02;49;03 00;02;49;04- 00;02;52;22 00;02;52;23- 00;02;58;29	**Depoimento de Cláudio Peralta** Primeiríssimo plano Plano médio Plano americano (GoPro)	00;02;43;00- 00;02;58;29	Pra uma exibição de um show, ou de um esporte, inevitável que a imagem faça diferença. Porque o programa que você vai tá vendo é o mesmo. Só que você tá vendo num celular pequeninho, ou na televisão, sim vai fazer uma diferença grande.
   00;02;59;00- 00;03;19;02	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;02;59;00- 00;03;19;02	ELA: Bora, amor, dispensa a galera. A gente leva o radinho, você escuta enquanto vê. Se não der pra você ver muito bem, depois você assiste pelo celular. ELE: Celular... Você acha que eu vou assistir um espetáculo, uma ópera em uma telinha de celular? Vou ficar aqui e vai ser como se eu estivesse lá. Você vai ver.
  00;03;19;03- 00;03;23;10 00;03;19;11- 00;03;22;11 00;03;23;11 00;03;26;12 00;03;26;13 00;03;30;05	**Depoimento de Leo Madeira** Primeiríssimo plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio Plano geral (GoPro)	00;03;19;03- 00;03;30;05	Tô vendo lá um jogo de futebol e o narrador ao invés de comentar o jogo, fica lá dois minutos falando: "mandar um abraço pro, pro fulano lá de Uberaba".
   00;03;30;06- 00;03;41;29	**Diálogos do casal protagonista** Plano americano	00;03;30;06- 00;03;41;29	ELE: Eh, Carlinha, tô sentindo que o narrador hoje vai falar meu nome. ELA: O seu e o de um bocado de gente. Mas não tem problema não, eu vou sozinha. ELE: Isso. Isso! Vai! Depois eu te conto como foi o jogo.
00;03;41;28- 00;04;25;27	**Créditos finais**	00;03;41;28- 00;04;25;27	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 5 – TELENOVELA

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;16;03	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;00;00-00;00;16;03	ELE: Boa noite, meu bem. Como é que tá? Já começou a novela? ELA: Ih... você vai continuar assistindo isso? ELE: É hoje que desmascaram aquele cara. Tá muito diferente, tá ótima, tá rápida essa novela. ELA: Pois eu posso até adivinhar até o final. Pra mim, é tudo a mesma coisa.
00;00;16;04-00;00;36;22	**Abertura**	00;00;16;04-00;00;36;22	Trilha instrumental
00;00;36;23-00;00;41;03 00;00;37;21-00;00;40;21 00;00;41;04-00;00;45;26	**Depoimento de Marcílio Moraes** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano americano (GoPro)	00;00;36;23-00;00;45;26	Essa força da telenovela no Brasil que é muito grande, ela ocupa praticamente todo o horário nobre, não sei se tem outro país que tem, né, tanta telenovela.
00;00;45;27-00;00;51;15 00;00;46;16 00;00;49;17 00;00;51;16-00;00;57;22 00;00;57;23-00;01;04;13	**Depoimento de Thelma Guedes** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio Plano médio (GoPro)	00;00;45;27-00;01;04;13	Ainda estamos num momento de transição. Eu acho que ainda tem um papel muito importante na vida das pessoas de se reconhecer, de contar, mesmo que esses comentários, hoje em dia, sejam feitos dentro do Twitter, dentro do Facebook, dentro de outras redes sociais.
00;01;04;14-00;01;11;05	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;01;04;14-00;01;11;05	ELA: É, né? Essa cena foi boa. ELE: Eu não falei? Esse autor sabe falar o que o povo quer.

00;01;11;06-00;01;18;16 00;01;18;17-00;01;27;26 00;01;27;27-00;01;36;05	**Depoimento de Thelma Guedes** Plano médio Plano médio (GoPro) Primeiríssimo plano	00;01;11;06-00;01;36;05	Eu não me coloco nesse lugar de que tá, de que tô ensinando alguma coisa pro telespectador. Eu, eu, eu... eu me vejo assim, eu quero saber exatamente onde esse telespectador está pra estar no lado dele? Né? Claro, se puder contribuir com alguma ideia nova, com alguma questão, que, que algum momento alguém também me abriu a cabeça num livro. Mas eu tenho também que respeitar o ritmo dessa pessoa.
00;01;36;06-00;01;42;11 00;01;42;12-00;01;52;15 00;01;52;16-00;01;59;20	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano americano (GoPro) Primeiro plano Plano médio	00;01;36;06-00;01;59;20	Hoje eu sinto que é mais complicado mesmo. É mais... se tornou mais difícil. Classificação indicativa é muito severa. A empresa tá sempre com medo, aí eles vão reclassificar. Como é que você vai mudar o horário de uma novela, né? Agora não pode mais às sete, tem que ir às nove. Quebra a emissora, né?
00;01;59;21-00;02;06;07 00;02;06;08-00;02;11;03	Depoimento de Thelma Guedes Primeiro plano Plano médio (GoPro)	00;01;59;21-00;02;11;03	O problema não é o tema. É de como o tema chega nas pessoas. Como você coloca esse tema. Quando você coloca com muita verdade, muita humanidade, ele é compreendido. Não tem, não tem muito jeito.
00;02;11;04-00;02;23;00	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;02;11;04-00;02;23;00	ELA: Que massa! Eles tão falando abertamente sobre isso? ELE: Você tá por fora. Fica o tempo todo nesse telefone e não vê que tem tanta polêmica rolando. ELA: É, tô precisando assistir mais novela.
00;02;23;01-00;02;25;29	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano médio	00;02;23;01-00;02;25;29	O básico na telenovela é a identificação.
00;02;26;00-00;02;30;10 00;02;30;11-00;02;37;00 00;02;37;01-00;02;39;17	Depoimento de Thelma Guedes Plano médio Primeiro plano Plano médio	00;02;26;00-00;02;39;17	Quando você escreve uma novela, você não tá escrevendo só pro menino de vinte anos, que... que já tá acostumado com uma questão social ou moral.

00;02;39;18-00;02;45;26 00;02;45;27-00;02;49;17	**Depoimento de Marcílio Moraes** Primeiríssimo plano Plano médio	00;02;39;18-00;02;49;17	Não adianta ritmo correndo, duzentas cenas, né, por capítulo, se você não tem personagens ali cativantes, a coisa não vai pra frente.
00;02;49;18-00;03;00;08	Depoimento de Thelma Guedes Plano médio	00;02;49;18-00;03;00;08	Você tá falando pra uma senhora de noventa anos também, aliás, ela é uma grande telespectadora sua! Então porque que eu não vou respeitar essa pessoa?
00;03;00;09-00;03;05;08	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;03;00;09-00;03;05;08	ELA: E eu achando que esse negócio de novela ia acabar. ELE: Ai, ai, que nada.
00;03;05;09-00;03;10;18 00;03;10;19-00;03;16;12	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano americano (GoPro) Plano médio	00;03;05;09-00;03;16;12	Acabar não vai, mas já começa a entrar em declínio porque tem outras formas, né, de dramaturgia, que vem acontecendo, como as séries, basicamente as séries.
00;03;16;13-00;03;21;15	Depoimento de Thelma Guedes Plano médio da GoPro	00;03;16;13-00;03;21;15	As pessoas assistem, a coisa repercute, aí todo mundo para de dizer que a novela vai acabar.
00;03;21;16-00;03;35;22	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;03;21;16-00;03;35;22	ELA: Mentira que essa menina é a vilã! ELE: Adoro essa vilã! ELA: É? Pois eu adorei mesmo foi aquele galã. ELE: Olha! E esse galã aqui? ELA: Ah, sai daí, figurante. ELE: Figurante... Figurante vai virar protagonista.
00;03;35;23-00;04;21;00	**Créditos finais**	00;03;35;23-00;04;21;00	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 6 – SÉRIE

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;05;00	**Depoimento de Guilherme Bokel** Plano americano	00;00;00;00-00;00;05;00	Seriado é o cinema novo. É o novo cinema do mundo.
00;00;05;01-00;00;25;27	Abertura	00;00;05;01-00;00;25;27	Trilha instrumental
00;00;25;28-00;00;30;10	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;25;28-00;00;30;10	ELA: Amando essa série, velho! Esse povo é criativo, viu?
00;00;30;11-00;00;35;07 00;00;35;08-00;00;45;20 00;00;38;21-00;00;41;21 00;00;45;21-00;00;48;23	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano médio Plano americano (GoPro) Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio	00;00;30;11-00;00;48;23	Do ponto de vista da escritura, de fazer a dramaturgia, a série, é, eu acho muito melhor, quer dizer, é um desafio muito melhor, é uma dramaturgia muito mais apurada, é, que você tem que desenvolver. O público também, né, ele também é desafiado.
00;00;48;24-00;00;57;10	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;48;24-00;00;57;10	ELE: É, eu até que tô gostando, mas eu prefiro as minisséries brasileiras. ELA: Quer comparar? Pessoal lá fora tá a mil anos-luz.
00;00;57;11-00;01;02;22 00;00;58;01-00;01;01;05	**Depoimento de Carlos Queiroz** Plano médio Inserção de caracteres com o nome do entrevistado	00;00;57;11-00;01;02;22	A gente tem hoje vivido momentos incríveis de ver as pessoas se relacionando com as séries.

00;01;02;23-00;01;06;16 00;01;02;27-00;01;05;28 00;01;06;17-00;01;10;26 00;01;10;27-00;01;14;10	**Depoimento de Débora Garcia** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano geral (GoPro) Plano americano	00;01;02;23-00;01;14;10	Você ter uma experiência como essa e depois assistir a uma simples ficção, né, que não tenha todo aquele arrojo, parece que você tá assistindo uma coisa menor, uma coisa mais malfeita, uma coisa menos acabada.
00;01;14;11-00;01;20;19 00;01;14;29-00;01;17;29 00;01;18;00-00;01;30;23	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano americano (GoPro) Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Primeiro plano	00;01;14;11-00;01;30;23	Antigamente, o que acontecia com a novela das oito, agora das nove, aquilo ocupava toda a imprensa, os comentários, o papo das pessoas, hoje não acontece mais. Não tem esse prestígio mais. Prestígio que está sendo ocupado pelas séries
00;01;30;24-00;01;42;01	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;01;30;24-00;01;42;01	ELA: Esse episódio que a gente tá vendo tá sendo assistido por pessoas do mundo inteiro. É a estreia mundial! ELE: Hum. Toda semana tem uma estreia mundial.
00;01;42;02-00;01;47;21 00;01;47;22-00;01;53;11 00;01;48;17-00;01;51;17 00;01;53;12-00;01;57;19	**Depoimento de Cláudio Peralta** Plano americano (GoPro) Primeiro Plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio	00;01;42;02-00;01;57;19	Ela pode se prender a um roteiro, como é um filme, uma peça menor, só que de uma série, destrincha isso em algum episódios. E aí ela consegue passar uma única ideia, ao longo de um período. Isso amarra as pessoas.

   00;01;57;20-00;02;02;29 00;01;58;11-00;02;01;12 00;02;03;00-00;02;12;07 00;02;12;08-00;02;15;19	**Depoimento de Guilherme Bokel** Plano médio da GoPro Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Primeiro plano Plano americano	00;01;57;20-00;02;15;19	As séries, elas têm cada vez mais componentes cinematográficos, elas estão cada vez mais, sendo cada vez mais cinema e menos televisão. Então, eles estão criando uma linguagem que o mundo está gostando, eles vendem para o mundo inteiro, como fizeram com o cinema, e que nós vamos ter que fazer também.
  00;02;15;20-00;02;21;00 00;02;21;01-00;02;21;01 00;02;21;02-00;02;25;14	**Depoimento de Marcílio Moraes** Plano médio Plano americano da GoPro Primeiríssimo plano	00;02;15;20-00;02;25;14	No Brasil, a gente ainda tá um pouco engatinhando com as séries, né. A novela ainda é muito preponderante. Mas eu acredito que esse quadro tá começando a mudar.
  00;02;25;15-00;02;52;23	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;02;25;15-00;02;52;23	ELA: Aceita, meu amor. É isso aí mesmo. ELE: Tá bom, mas o Brasil não vende novela pra outros países? E por que não pode vender seriados? ELA: É, né? (pausa). ELE: Aqui, ó. Tão dizendo que tão fazendo um seriado revolucionário. E onde é que eu vou estar quando ele estiver passando na nossa TV *full* HD? Aqui na nossa sala. ELA: Aqui mesmo não, meu amor, que essa sala vai deixar de existir, inclusive, a gente precisa conversar. ELE: Que deixar de existir? Onde é que se tá a todo o momento? Carla, para com isso, hem?
00;02;52;24-00;03;37;18	Créditos finais	00;02;52;24-00;03;37;18	Trilha instrumental

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 7 – TV FECHADA

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;24;14	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;00;00-00;00;24;14	ELA: Sim, sim, eu tô ligando para can-ce-lar o pacote. Não, não quero mais. Nada funciona como eu quero, tô gastando muito dinheiro com TV a cabo. Ah, vai transferir para o setor responsável? ELE: Carla, você vai destruir os meus finais de semana. Tire tudo de mim, a água, o ar, tudo menos meus jogos, meus filmes, você sabe que eu gosto!
00;00;24;15-00;00;45;05	**Abertura**	00;00;24;15-00;00;45;05	Trilha musical
00;00;45;05-00;00;50;05 00;00;50;06-00;00;53;20 00;00;53;21-00;00;57;02	**Depoimento de Flávia Lima** Primeiríssimo plano Plano conjunto – Flávia e Tcharly (GoPro) Plano americano	00;00;45;05-00;00;57;02	A TV fechada, ela tem essa coisa de olhar mais para o público-alvo, né? Quem é o meu público, né? Os canais, inicialmente os canais de TV a cabo, eles nascem já predestinados a determinado público-alvo.
00;00;57;03-00;01;03;00 00;01;03;01-00;01;08;27 00;01;08;28-00;01;13;04	**Depoimento de Carlos Queiroz** Primeiríssimo plano Plano médio Primeiríssimo plano	00;00;57;03-00;01;13;04	A gente tem que entender que cada canal no *pay* TV, ele é efetivamente um meio segmentado, um meio fragmentado. Cada canal tem um pedacinho de audiência. E ele tem que construir uma percepção para que ele seja relevante para um público que é muito específico para ele.
00;01;13;05-00;01;40;20	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;01;13;05-00;01;40;20	ELE: O tempo que você tá esperando pra ser atendida é um sinal. Não vai dar certo. Desiste disso. Todo mundo sabe que quem cancela assinatura de TV tá com algum problema. Carla, você tá com problema. E tem coisa melhor do que ter 500 canais pra assistir tudo em casa, no conforto do lar, em *full* HD, coladinho? ELA: Para, Caio. Do que que adianta ter tudo isso e cobrar tão caro? A internet basta. Alô! Alô!

00;01;40;21- 00;01;49;20 00;01;49;21- 00;01;59;24 00;01;59;25- 00;02;07;18	**Depoimento de Márcio Motokane** Primeiríssimo plano Plano geral com GoPro e Dilson à esquerda Plano médio	00;01;40;21- 00;02;07;18	A TV por assinatura, ela sim também tem o seu próprio vício da linguagem, o vício na sua própria narrativa e formato, mas ela tá aberta a conversar um pouco mais com outras formas de trazer e fazer audiovisual e exibir esse audiovisual. Por exemplo, quando ela utiliza muito as suas mídias sociais, né? As suas plataformas outras, que às vezes nem necessariamente eletrônica, pra conseguir, é, manter mais a programação dela ao longo de um tempo maior.
00;02;07;19- 00;02;24;11	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;02;07;19- 00;02;24;11	ELE: Eu até aceito reduzir o nosso orçamento, mas a minha TV, a minha TV não. ELA: Sem conversa, Caio. Muito caro, muitos canais, muitos inclusive que a gente nem sabe o nome, muita informação, ocupa espaço... Oi? Quero cancelar. Isso! Cancelar! ELE: Não! Não! Não vai cancelar nada. Não! [Toma o telefone]
00;02;24;12- 00;02;24;11 00;02;24;12- 00;02;36;18	**Depoimento de Flávia Lima** Plano médio Plano conjunto – Flávia e Tcharly (GoPro)	00;02;24;12- 00;02;36;18	Você tem muita oferta e demanda do mercado, as pessoas, as produtoras independentes te trazendo programação, te trazendo sugestão e você tem que ter, fazer essa escolha de uma maneira muito consciente.
00;02;36;19- 00;02;40;07 00;02;40;08- 00;02;49;09 00;02;49;10- 00;02;51;10	**Depoimento de Guilherme Bokel** Plano médio (GoPro) Primeiro plano Plano americano	00;02;36;19- 00;02;51;10	Ou é notícia, ou é esporte, ou são séries dramáticas, ou são séries cômicas, ou documentários, ou pro/ principalmente programas infantis, porque programa infantil basicamente, ficou no cabo.

00;02;51;11-00;03;01;18 00;03;01;19-00;03;08;04 00;03;08;05-00;03;13;07	**Depoimento de Flávia Lima** Plano médio Plano conjunto – Flávia e Tcharly (GoPro) Plano americano	00;02;51;11-00;03;13;07	É sempre uma escolha de Sofia. É você ir falar um pouco com o nichado, é você investir, é, de repente em mais programas, mas com valor orçamentário mais baixo, e daí você talvez não invista tanto na qualidade, numa qualidade que você gostaria. Então, eu acho que a TV a cabo, ela tem muitas escolhas, você tem que tá sempre muito consciente do caminho que você vai seguir, sabendo que todas escolhas têm perdas e ganhos
00;03;13;08-00;03;17;29 00;03;18;00-00;03;21;06 00;03;21;07-00;03;27;09 00;03;27;10-00;03;33;19	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano Plano americano Plano médio (GoPro) Primeiro plano	00;03;13;08-00;03;33;19	A televisão a cabo tem uma dificuldade muito maior pra enfrentar a nova mídia, na minha opinião, que é a mídia portátil, a mídia que você que comanda, do que a própria televisão aberta. Ela tá ali segmentada, quando a web vai te dar também.
00;03;33;20-00;03;59;10	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;03;33;20-00;03;59;10	ELE: Não, não, não, não precisa cancelar nada. Estamos muito bem (ao telefone). ELA: Me devolva esse telefone. Eu vou vender sua TV. ELE: Como é? Canais extras? Bônus de um ano? Séries exclusivas? Conteúdo *on-line*? Ah, meu Deus, que maravilha! (Ao telefone) ELA: Tá, demoraram de atender mesmo. Melhor deixar tudo como tá. [Mostrando-se interessada nos benefícios] ELE: Fala com ela. Ela vai acertar melhor com você. É contigo, Carla.
00;03;59;11-00;04;43;28	**Créditos finais**	00;03;59;11-00;04;43;28	Trilha musical

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 8 – DOCUMENTÁRIO

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;08;04 00;00;08;05-00;00;14;07 00;00;14;08-00;00;16;10	**Depoimento de Luís Nachbin** Primeiro plano Plano americano com equipe (GoPro) Plano médio	00;00;00;00-00;00;16;10	O documentário para se popularizar, para entrar mais no dia a dia das pessoas, no gosto das pessoas, ou se integrar mais ao cotidiano das pessoas, teria que ocupar um espaço mais nobre, né? Mais nobre em termo de frequência, e mais nobre em termo de horário.
00;00;16;11-00;00;37;05	Abertura	00;00;16;11-00;00;37;05	Trilha musical
00;00;37;06-00;00;47;21	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;37;06-00;00;47;21	ELA: Quem falou que documentário só fala de problemas ou de bichos da floresta? ELE: Ah, eu não tenho saco! Parece uma matéria de jornal esticada, esticada.
00;00;47;22-00;00;51;09 00;00;47;23 00;00;50;23 00;00;51;10-00;00;53;07	**Depoimento de Susanna Lira** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome da entrevistada Plano geral com equipe (Go Pro)	00;00;47;22-00;00;53;07	Hoje o documentário tem um espaço interessante na... nas TVs de uma maneira geral, principalmente na TV a cabo, né?
00;00;53;08-00;00;57;27 00;00;53;20-00;00;56;20 00;00;57;28-00;01;01;00 00;01;01;01-00;01;02;29	**Depoimento de Luís Nachbin** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano americano com equipe (GoPro) Primeiro plano	00;00;53;08-00;01;02;29	O que já é bom, ter documentário lá no canal “X”, às vinte e três e trinta ou então à meia-noite, ou séries de documentários esporádicas; ótimo que elas existam.

00;01;03;00-00;01;14;18	Diálogo do casal protagonista Plano americano	00;01;03;00-00;01;14;18	ELA: Ah, amor, você tá super enganado. Hoje tem um documentário melhor do que outro... Inclusive, dá pra ver em qualquer tela. ELE: Se eu não gosto na TV, imagine no celular ou *tablet*. Eu durmo!
00;01;14;19-00;01;19;04 00;01;14;22 00;01;17;23 00;01;19;05-00;01;26;22 00;01;26;23-00;01;31;02	**Depoimento de Lecuk Ishida** Plano médio Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Primeiríssimo plano Plano médio	01:45-02:02	As redes sociais também é uma plataforma pra você colocar documentário. As pessoas assistem ali, sabe? Hoje em dia você tem infinitas possibilidades de acesso. Multiplica-se aí a capacidade de alcance dos documentários.
00;01;31;03-00;01;38;19 00;01;38;20-00;01;51;12 00;01;51;13-00;01;56;05 00;01;56;06-00;02;03;15	**Depoimento de Luís Nachbin** Primeiro plano Plano americano com equipe (GoPro) Plano médio Primeiríssimo plano	00;01;31;03-00;02;03;15	Por que que as tevês abertas num mostram documentários se os horários nobres ou quase nobres? Por que o documentário tem um ritmo que talvez não desse, talvez temáticas que não dessem o Ibope necessário? Mas essas temáticas podem ser trabalhadas para dar o Ibope necessário. Os ritmos podem ser trabalhados pra gerar o Ibope desejado. Enfim. Eu acho que há também um certo preconceito. Sobre o formato por mim tão querido, que é o documentário.
00;02;03;16-00;02;08;26 00;02;08;27-00;02;16;25 00;02;16;26-00;02;22;12	**Depoimento de Susanna Lira** Plano médio Plano geral com equipe (Go Pro) Primeiríssimo plano	00;02;03;16-00;02;22;12	Os canais ainda têm muita dificuldade em... em alguns temas mais áridos. A gente mesmo que é uma produtora que tem foco em direitos humanos, a gente dificuldade de implementar alguns temas. É... várias vezes, a gente chega num canal “Ah! É muito forte”, “Ah! É muito deprimido, muito depressivo” É, e aí eu acho que os canais precisam amadurecer muito.

00;02;22;12- 00;02;27;14	Diálogo do casal protagonista Plano americano	00;02;22;12- 00;02;27;14	ELE: Você já me mostrou vários. Eu não gostei de nenhum. ELA: Calma, amor. Olha esse, que interessante! [mostra, na TV, zapeando].
00;02;27;15- 00;02;31;07 00;02;31;08- 00;02;35;20	Depoimento de Susanna Lira Plano geral com equipe (Go Pro) Primeiro plano	00;02;27;15- 00;02;35;20	Eu me recuso a fazer esse tipo de programação, onde fico só apresentando aquilo que o público vai digerir de forma mais fácil.
00;02;35;21- 00;02;42;01 00;02;42;02- 00;02;46;16 00;02;46;17- 00;02;48;17	**Depoimento de Luís Nachbin** Primeiro plano Plano americano com equipe (GoPro) Plano médio	00;02;35;21- 00;02;48;17	O produto documentário teria o poder ou tem a capacidade de, certa forma, abraçar um público muito mais amplo do que de fato ocupa na TV brasileira.
00;02;48;18- 00;02;51;22 00;02;51;23- 00;02;57;03 00;02;57;04- 00;03;00;27	**Depoimento de Susanna Lira** Plano geral com equipe (GoPro) Primeiro plano Plano médio	00;02;48;18- 00;03;00;27	O nosso papel, principalmente na área de documentário, é tentar empurrar um pouco essa porta e tentar ir um pouco a diante. De trazer uma coisa nova, trazer uma perspectiva não só de linguagem, mas de formato novo, pra que o público seja provocado também.
00;03;00;27- 00;03;17;05	Diálogo do casal protagonista Plano americano	00;03;00;27- 00;03;17;05	ELE: É, esse eu gostei muito, gostei muito mesmo! ELA: Muito bom mesmo, né amor. Agora olha esse aqui: é sobre a vida de casais que melhoraram muito a vida conjugal depois que acabaram com a sala de TV. ELE: Ahhh! Esse eu não quero assistir, não. ELA: Vem, amor. Vem dar uma olhadinha! ELE: Ah, não! Pelo amor...
00;03;17;06- 00;04;02;20	**Créditos finais**	00;03;17;06- 00;04;02;20	Trilha musical

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 9 – PUBLICIDADE

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
00;00;00;00-00;00;08;12	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;00;00-00;00;08;12	ELA: Pula essa propaganda agora! Que absurdo isso aparecer assim no meio do nada. ELE: Espera, Carlinha! Olha isso!
00;00;08;13-00;00;29;07	**Abertura**	00;00;08;13-00;00;29;07	Trilha musical
00;00;29;07-00;00;34;12 00;00;34;13-00;00;40;08 00;00;34;16-00;00;37;17 00;00;40;09-00;00;46;08 00;00;46;09-00;00;50;15	**Depoimento de Bruno Altieri** Plano médio Plano conjunto com Tainan (GoPro) Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Primeiríssimo plano Plano médio	00;00;29;07-00;00;50;15	Engraçado, a publicidade não é uma coisa que as pessoas querem ver. É interessante, é lúdico, num sei quê. Mas, a pessoa de fato tá sendo obrigada a fazer assim. Tudo que a gente faz é tentar fazer que isso seja o mais interativo possível, mais lúdico, pra que isso seja aceito, pra que a publicidade seja aceito cada vez mais.
00;00;50;16-00;00;57;02 00;00;57;03-00;01;07;02 00;00;57;18-00;01;00;19	**Depoimento de Bruno Pinaud** Plano geral com GoPro Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado	00;00;50;16-00;01;07;02	A publicidade é um aditivo pro que quer que seja, pra economia como um todo, independente da, da, da forma que ela, que ela, se expressa, seja ela num filme, seja ela numa tecnologia nova, seja ela num... num... numa ação de internet.
00;01;07;03-00;01;14;20	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;01;07;03-00;01;14;20	ELE: Quero saber quanto custa essa TV agora. ELA: Mais uma TV? Não! Não tem nem lugar mais. Vai botar aonde se essa sala vai acabar?

00;01;14;21-00;01;18;24 00;01;18;25-00;01;24;00 00;01;24;01-00;01;30;23	**Depoimento de Bruno Pinaud** Plano americano Plano geral com GoPro Primeiro plano	00;01;14;21-00;01;30;23	Se um produto é bom, ela faz mais pessoas ficarem sabendo dele mais rápido e fazem ele alcançar o maior número de pessoas e ter mais sucesso. Se o produto é ruim, ela faz mais pessoas ficarem sabendo desse produto mais rápido e fazem ele se dar mal mais rápido. Então eu acho que no fim das contas é bom pra todo mundo.
00;01;30;24-00;01;33;28 00;01;33;29-00;01;44;28 00;01;44;29-00;01;49;07	**Depoimento de Bruno Altieri** Plano médio Primeiríssimo plano Plano médio	00;01;30;24-00;01;49;07	Posicionar bem o produto vai garantir que aquilo seja bem planejado. Eu acho que a primeira coisa, "pra quem eu tô falando?" Seja ele já consumidor, seja quem eu quero atingir. Essa é a primeira coisa. Vou estudar pra ver que comportamento. Comportamento muda muito rápido hoje em dia. Ai entra meio também. Comportamento de meios.
00;01;49;08-00;01;53;24 00;01;53;25-00;01;59;16 00;01;59;17-00;02;02;14 00;02;02;15-00;02;04;14	**Depoimento de Bruno Pinaud** Primeiríssimo plano Plano geral com GoPro Primeiríssimo plano Plano médio	00;01;49;08-00;02;04;14	Às vezes o projeto é pra TV, às vezes o projeto é pra internet, às vezes o projeto permite que você misture os dois, então varia muito de projeto a projeto. Geralmente a gente foca no problema e no público e daí vem a solução.
00;02;04;14-00;02;09;07 00;02;04;17-00;02;07;18 00;02;09;08-00;02;13;02	**Depoimento de Camila Fonseca** Primeiríssimo plano Inserção de caracteres com o nome da entrevistada Plano americano	00;02;04;14-00;02;13;02	Hoje a gente não tem mais um cliente que pense em veículo. A gente tem um cliente que pensa em resultado, que pensa em campanha, que pensam em objetivo de campanha.

00;02;13;03-00;02;38;09	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;02;13;03-00;02;38;09	ELE: Olha pra isso, meu amor! Que história linda dessa família. ELA: É mesmo! Tudo isso por causa de uma TV! Que lind... (pausa) Sim! Mas eu não vou me convencer por causa disso não! ELE: Mas, meu amor! Olha a qualidade de imagem! Você acha que eles iam investir tanto em uma propaganda se o negócio não fosse bom? ELA: Como se alguém ainda visse tanta TV... ELE: Eu vejo.
00;02;38;10-00;02;42;03	**Depoimento de Camila Fonseca** Primeiríssimo plano	00;02;38;10-00;02;42;03	A gente cada vez tem que fazer menos publicidade e mais comunicação.
00;02;42;04-00;02;45;25 00;02;45;26-00;02;47;24	**Depoimento de Bruno Altieri** Plano conjunto com Tainan (GoPro) Plano médio	00;02;42;04-00;02;47;24	A ideia sempre vai ser melhor que o meio. A ideia tá muito mais colada no público do que no meio.
00;02;47;25-00;02;52;09 00;02;52;10-00;02;55;17 00;02;55;18-00;02;57;01	**Depoimento de Camila Fonseca** Plano americano Primeiríssimo plano Plano americano	00;02;47;25-00;02;57;01	Se a gente não pensar o mercado como um todo, a tecnologia como um todo, o consumidor como participante de todo esse processo, a gente não tá fazendo nada pelo cliente.
00;02;57;02-00;03;14;14	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;02;57;02-00;03;14;14	ELE: Tá decidido! Essa propaganda foi feita pra gente! Vou comprar essa TV agora! ELA: Já vi tudo. Daqui a dois meses vai querer trocar. ELE: Ah, meu amor, algumas coisas são pra sempre. ELA: Oh, amor, que lindo! ELE: Como essa sala, por exemplo.
00;03;14;14-00;04;02;02	**Créditos finais**	00;03;14;14-00;04;02;02	Trilha musical

PROGRAME-SE *ON-LINE*
PROGRAMA 10 – INTERNET

TEMPO	VÍDEO	TEMPO	ÁUDIO
 00;00;00;00-00;00;11;16	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;00;00;00-00;00;11;16	ELA: HAHAHA. Eu adoro essa mulher! O canal dela vale mais que todos esses programas de entrevista que a gente vê na TV! ELE: Ah, Carla. Para com isso! Eu não suporto esses famosinhos de internet.
00;00;11;17-00;00;32;05	**Abertura**	00;00;11;17-00;00;32;05	Trilha musical
 00;00;32;06-00;00;39;19 00;00;35;27-00;00;38;27 00;00;39;20-00;00;43;13 00;00;43;14-00;00;50;19	**Depoimento de Guilherme Bokel** Primeiro plano Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio – GoPro Plano americano	00;00;32;06-00;00;50;19	A web é uma outra linguagem. A web como programadora é uma coisa. Pode programar a televisão a cabo, pode até programar a televisão aberta. A web como fonte de informação ou como meio de difusão de entretenimento é uma nova linguagem.
 00;00;50;20-00;00;56;07 00;00;51;25-00;00;54;25 00;00;56;08-00;01;01;17	**Depoimento de Flávia Lima** Primeiríssimo plano Inserção de caracteres com o nome da entrevistada Plano conjunto com Tcharly – Go Pro	00;00;50;20-00;01;01;17	O que é legal é que a gente tá quebrando essas barreiras de um vim pra cá, “não, você é só da internet, você é só de TV”, não, tudo pode, tudo pode acontecer desde que você ache, você adeque aquele conteúdo ao formato e à mídia que você tem.
 00;01;01;18-00;01;15;22	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;01;01;18-00;01;15;22	ELE: Olha aí! A sua queridinha da internet agora vai fazer novela. ELA: Pera aí! É isso mesmo? Acabou a carreira dela. ELE: Que é isso? Metade da população nem conhece esse canal. Agora, na novela, é que as pessoas vão saber quem é ela.

00;01;15;22-00;01;18;11 00;01;18;12-00;01;24;10 00;01;24;11-00;01;27;06	**Depoimento de Flávia Lima** Plano americano Primeiríssimo plano Plano conjunto com Tcharly – GoPro	00;01;15;22-00;01;27;06	Tá rolando um caminho inverso, de você olhar “Puxa, essa pessoa aqui, bom, tem cem mil seguidores no Facebook e tem um conteúdo interessante que conversa com nossa linha editorial, será que a gente consegue fazer alguma coisa de TV com ela”?
00;01;27;07-00;01;33;08 00;01;33;09-00;01;40;25 00;01;40;26-00;01;47;29	**Depoimento de Guilherme Bokel** Plano americano Primeiro plano Plano médio – GoPro	00;01;27;07-00;01;47;29	Você lança um vídeo, ela, ele fica viral, tem lá cinco, vinte milhões de pessoas e ele acabou depois disso. Ele morre, né? Então, você tem que ser rápido nisso porque uma ideia, uma ideia, ela é boa naquele momento na web, né? Ela é boa se ela for colocada na hora certa, no lugar certo, senão ela deixa de ser boa.
00;01;48;00-00;01;57;21	**Diálogo do casal protagonista** Plano americano	00;01;48;00-00;01;57;21	ELA: O bom da internet é que a gente pode ver tudo de vez! ELE: É, pra mim não tem a mesma graça não... ELA: Claro que tem. Fazer minha própria programação não tem preço.
00;01;57;21-00;02;03;05 00;01;58;09-00;02;01;10 00;02;03;06-00;02;14;01 00;02;14;02-00;02;19;11	**Depoimento de Juli Wexel** Plano médio Inserção de caracteres com o nome da entrevistada Primeiro plano Plano médio	00;01;57;21-00;02;19;11	Na verdade, a presença da internet que tem mudado a... as relações, a forma das pessoas se comunicar, é... vem influenciando muito diretamente na nossa maneira de pensar o jornalismo dentro das redações mesmo e de fazer. Porque hoje as pessoas têm um acesso muito mais direto aos veículos de informação e elas se tornaram mídias. As pessoas são mídias.
00;02;19;12-00;02;27;15 00;02;19;17 00;02;22;17 00;02;27;16-00;02;31;24	**Depoimento de Ricardo Boechat** Primeiro plano de perfil Inserção de caracteres com o nome do entrevistado Plano médio	00;02;19;12-00;02;31;24	Hoje, nada passa despercebido, nada passa sem ser capturado, não existe mais o segredo, não existe mais a área isolada.

	Diálogo do casal protagonista	00;02;31;25-00;02;37;00	ELE: Decide aí: ou vê ou posta. ELA: Ai, meu Deus! Um dia você me entende.
00;02;31;25-00;02;37;00	Plano americano		
	Depoimento de Carlos Queiroz	00;02;37;00-00;02;48;15	A internet não é uma vilã, ela é um meio, ela é um trilho, ela é como a eletricidade. Ela vai gerar coisas que a gente não faz a menor ideia dessas consequências.
00;02;37;00-00;02;45;04	Primeiríssimo plano		
00;02;39;08 00;02;42;09	Inserção de caracteres com o nome do entrevistado		
00;02;45;05-00;02;48;15	Plano médio		
	Depoimento de Guilherme Bokel	00;02;48;16-00;02;59;06	A internet, ela deixa de existir em muito pouco tempo, esse nome não vai existir, você não vai falar mais internet, isso será novamente coisa de velho em muito pouco tempo.
00;02;48;16-00;02;52;03	Primeiríssimo plano		
00;02;52;04-00;02;55;24	Plano médio – GoPro		
00;02;55;25-00;02;59;06	Primeiríssimo plano		
	Diálogo do casal protagonista	00;02;59;07-00;03;20;11	ELA: Oh, amor, você tem que entender que não existe mais esse negócio de hora marcada pra ver televisão. ELE: Eu acho que não vou me adaptar, viu. ELA: Oh, filho, tudo na vida acaba. Você tem que entender isso. ELE: Carla, e se um dia a gente se separar, eu posso ficar com a TV?
00;02;59;07-00;03;20;11	Plano americano		
00;03;20;12-00;04;06;29	**Créditos finais**	00;03;20;12-00;04;06;29	Trilha musical

APÊNDICE B – PROJETO EXECUTIVO (ELEMENTOS BÁSICOS)

1 APRESENTAÇÃO

A experiência de ver TV não é mais a mesma. Muitos já assistem aos seus programas favoritos na hora que desejam, seja pelos sites das emissoras ou nos serviços de conteúdo sob demanda, tais como o YouTube, o Netflix e outros. A TV saiu do centro da sala e ganhou outros espaços. Novas telas proporcionam uma maior interação entre o público e os conteúdos apresentados. Já está se tornando comum comentar, nas redes sociais, o que se vê na TV. Os níveis de interação são diferentes, haja vista que muitos já assistem à TV ao mesmo tempo em que acessam o celular e o computador.

Nesse cenário, há a preocupação dos anunciantes com a possível mudança dos rumos da programação. O fim da fronteira entre os programas e os intervalos poderá causar transformações na relação do público com os conteúdos. Para favorecer uma participação maior, é preciso pensar em formas de produção de conteúdos colaborativos que intensifiquem a relação entre os produtores de TV e os espectadores.

De que modo essas transformações alteram a produção televisiva? É preciso pensar como será a "TV do futuro" e também da atualidade, uma vez que as transformações já se fazem presentes. Assim, este documentário pretende discutir o fenômeno da convergência das mídias, a partir de entrevistas com profissionais envolvidos em cadeias produtivas da televisão brasileira. Compreende-se, assim, que será possível disparar discussões pertinentes, uma vez que ainda não há muitas produções audiovisuais, no Brasil, acerca dessas temáticas.

2 SINOPSE

Profissionais da TV, do circuito Rio-São Paulo, expõem suas opiniões sobre o presente e o futuro da televisão, em meio às discussões sobre produção, direção, publicidade, jornalismo e entretenimento, no cenário atual de mídias convergentes.

3 OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Produzir um documentário que abordará as características, influências e tendências da televisão brasileira no cenário atual de mídias convergentes, a partir do ponto de vista dos profissionais envolvidos em cadeias produtivas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudar como o telespectador contemporâneo é pensado em sua relação com o consumo dos programas televisivos, a partir do depoimento de profissionais da TV;
- Realizar um estudo teórico sobre os impactos da criação de uma nova interface entre a TV e o seu público;
- Proporcionar a interação com o público em redes sociais (um canal no YouTube, um perfil no Instagram, uma *fan page* no Facebook), espaços nos quais serão disponibilizados materiais complementares ao tema do documentário;
- Produzir um almanaque em forma de *e-book* com a síntese dos principais conceitos abordados na pesquisa.

4 PÚBLICO-ALVO

- Direto: espectadores, pesquisadores, profissionais da TV e estudantes de Comunicação Social;
- Indireto: empresários e publicitários; jovens e adultos em geral, usuários de redes sociais.

5 POR QUE INVESTIR?

1. Contribuir para a produção e circulação de um documentário com temática contemporânea, com possibilidade de alcance nacional;
2. Associar a sua marca/empresa a um projeto universitário, contribuindo, assim, para o desenvolvimento de um produto educativo;
3. Oferecer visibilidade para a marca/empresa por meio da divulgação em diversas plataformas de circulação do projeto (imprensa, sites, redes sociais, materiais gráficos e no próprio produto audiovisual).

6 COTAS DE INVESTIMENTO E CONTRAPARTIDAS

a. COTA 1: R$ 1.000,00
b. - Divulgação da marca no final do documentário;
c. - Divulgação da marca nas páginas iniciais do e-book e nos materiais de divulgação;
d. - Anúncio semanal na página do projeto no Facebook.
e. COTA 2: R$ 2.000,00
f. - Divulgação da marca no final do documentário;
g. - Divulgação da marca nas páginas iniciais do e-book e nos materiais de divulgação;
h. - Anúncio semanal na página do projeto no Facebook;
i. - Exibição da marca nos vídeos do projeto postados no YouTube.
j. COTA 3: R$ 3.000,00
k. - Divulgação da marca no final do documentário;
l. - Divulgação da marca nas páginas iniciais do e-book e nos

materiais de divulgação;

m. - Anúncio semanal na página do projeto no Facebook;

n. - Exibição da marca nos vídeos do projeto postados no YouTube;

o. - Divulgação da marca em exibições regionais e em *releases*.

7 CRONOGRAMA

- Pré-produção — fevereiro a julho de 2015;
- Produção/gravação — julho e agosto de 2015;
- Pós-produção (edição, finalização do material e envio das cópias e recompensas para os apoiadores) — agosto de 2015 a janeiro de 2016.

APÊNDICE C – ROTEIRO GERAL DE PERGUNTAS

1. Qual a importância da televisão, hoje, em meio à convergência midiática?
2. Ao longo da sua carreira, quais as principais mudanças que você observou no modo de fazer TV?
3. Considerando o conteúdo consumido pelos espectadores de TV em outras telas, como é pensado o entretenimento/telejornalismo dessas plataformas?
4. De que modo a internet tem transformado a dinâmica de produção da TV aberta e da TV fechada?
5. O público de hoje está mais crítico, menos passivo e com menos propensão a permanecer fiel a um horário e a um programa específico. Como conquistar, então, telespectadores que estão se atraindo mais por outras plataformas?
6. Quais as potencialidades e fragilidades da TV aberta e fechada contemporânea?
7. De que modo a internet tem transformado a dinâmica de produção de TV?
8. Quais os formatos que se adequam à televisão contemporânea?
9. A grade de programação convencional vai deixar de existir?
10. Ao produzir um programa de TV, qual o papel do público na definição dos temas e da linguagem utilizada?
11. A TV está conseguindo falar com um público cada vez mais tecnológico, participativo e nômade?
12. Como você analisa o fenômeno da segunda tela?
13. Quais as vantagens e desvantagens do consumo dos conteúdos televisivos em outras plataformas?
14. A TV tem conseguido acompanhar as transformações sociais e tecnológicas a ponto de ainda impor padrões?
15. Em seu ponto de vista, como será a TV do futuro?

APÊNDICE D – MINIBIOGRAFIA DOS PERSONAGENS

BRUNO ALTIERI

Diretor de planejamento publicitário na agência NBS (RJ), Bruno já atua há mais de dez anos na área de publicidade. Possui experiência em gestão de equipe e supervisão/coordenação de trabalhos de planejamento estratégico para projetos de ordem pública e privada. Já trabalhou com marcas de relevância para o mercado nacional, como Petrobrás, Ministério do Esporte, Coca-Cola, CCAA e Bob's.

BRUNO PINAUD

Atual gerente de promoções da Rede Globo, é um redator publicitário com mais de 20 anos de experiência em agências. Atua na área de roteiro e criação, tendo trabalhado com marcas importantes como Coca-Cola, Walt Disney, Greenpeace, L'Oréal, Kraft Foods, SC Johnson, Citroën, CCAA, Bob's e Oi. Criador do aplicativo I-sofa.TV.

CAMILA FONSECA

Gerente de mídia na agência de publicidade NBS (RJ). Formada em Publicidade e Propaganda, tem experiências na área de supervisão e coordenação de mídia.

CARLOS QUEIROZ

Gerente de produções originais dos canais Fox Brasil, em São Paulo. É formado em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Católica de Salvador. Atuou como redator publicitário no início da carreira, até se tornar roteirista e desenvolvedor de projetos audiovisuais. Participou do desenvolvimento e da criação do seriado de animação 3D *Pixcodelics*, exibido em mais de 20 países e em quatro idiomas. Desde 2008, atua no desenvolvimento, venda e produção de novos formatos e projetos multiplataforma para os canais Fox Brasil.

CELSO ZUCATELLI

Jornalista, com passagem por diversos jornais e canais brasileiros, tais como O Estado de S. Paulo, Band, Cultura e Record, atualmente é apresentador do Melhor pra Você, na Rede TV!. Experiência como repórter, apresentador e editor-chefe, tem no currículo a cobertura de grandes eventos, como os atentados aos EUA em 11 de setembro de 2001.

CLÁUDIA AIED

Jornalista, editora-chefe do Balanço Geral, na Rede Record, tem mais de 20 anos de experiência trabalhando em diversos setores da Rede Record, inclusive à frente de formatos que mesclam jornalismo e entretenimento.

CLÁUDIO PERALTA

Começou a carreira na animação e na criação 3D, produzindo aberturas e efeitos visuais para produções da Rede Globo. Desde 2004, é coordenador do departamento de pós-produção e diretor/supervisor de efeitos especiais da Conspiração Filmes. Com mais de 15 anos de experiência de mercado, assinou a direção de comerciais de animação e a supervisão de efeitos de longas-metragens, como *Os Penetras*, *Gonzaga — de Pai para Filho*, *O Homem do Futuro*, entre tantos outros. Venceu o Grande Prêmio do Cinema Brasileiro, em 2012, por conta dos efeitos de *O Homem do Futuro*. Participou da idealização do projeto da marca olímpica dos Jogos de 2016, no Rio de Janeiro.

DÉBORA GARCIA

Mestre em Educação pela Universidade Federal Fluminense (UFF)/Georgia State University, com especialização em Gestão do Conhecimento pela Coppe — Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa em Engenharia/Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), é a atual Gerente de Conteúdo e Mídias Digitais do Canal Futura. Trabalha há quase duas décadas em projetos

da Fundação Roberto Marinho. Desenvolve projetos de apoio pedagógico, atuando na mídia e na educação, criando e conceituando programas e interprogramas, bem como conteúdos *on-line*.

FLÁVIA LIMA

Com diversas experiências na área de TV, tem passagens pelo Canal Futura, Canal Brasil e TV Globo, bem como em diversas produtoras. Já desempenhou funções de coordenadora de programas, analista de conteúdo, roteirista, assistente de direção e produtora. Desde 2011, é coordenadora artística e de conteúdo do Canal GNT (Globo Sat).

FRANZ VACEK

Graduado em jornalismo, já trabalhou no Canal Rural e TV Unifesp, com experiências como videorrepórter. Antes de se tornar o atual superintendente de Jornalismo e Esporte da Rede TV!, foi o primeiro correspondente internacional da emissora, fazendo importantes coberturas. É o principal responsável pelas mudanças na linha de programação da Rede TV!, com ênfase nos produtos jornalísticos.

GUILHERME BOKEL

Diretor Executivo de Entretenimento Multiplataforma da TV Globo, Guilherme Bokel está na emissora desde a década de 1970. Tem vasta experiência na área de produção executiva e entretenimento, tendo passado por diversos setores do canal. Hoje, lidera o departamento responsável pelos produtos de entretenimento que escoam na TV fechada e na internet, com as necessárias articulações com a TV aberta.

JULI WEXEL

Jornalista, apresentadora e produtora de rede do Canal Futura, Juli é mestra em Letras, Cultura e Regionalidade. Formada na Universidade de Caxias do Sul (UCS), começou a carreira na USC TV. Já trabalhou em rádio, na RBS TV de Caxias do Sul, Bento Gonçalves e Porto Alegre, além de atuar como produtora em diversos trabalhos.

LECUK ISHIDA

Diretor de TV e desenvolvedor de projetos autorais na área de dramaturgia e documentário. Ligado à Bossa Nova Films (SP). Estudou em cursos da Univerity of California (UCLA), nos EUA, e da Silicon Graphic (Japão). Tem trabalhos na área de publicidade também, além de experiências na direção de DVD e programas de TV, como *Tempos de Escola* (Futura), *Nosso Planeta* (Record) e *Globo Ecologia* (Globo).

LEO MADEIRA

Apresentador de TV. Depois de anos à frente de programas de sucesso na MTV, atualmente trabalha em projetos do Canal Futura. Formado em Administração, Leo começou na TV após vencer um concurso popular para a escolha de um novo apresentador para a MTV, em 2002. Desde então, além da experiência com TV, trabalha com composições musicais, dado seu vasto conhecimento na área.

LUÍS NACHBIN

Produtor, jornalista, professor e documentarista, com trabalhos de sucesso na Rede Globo (como algumas edições do *Globo Repórter*), e no Canal Futura (*Passagem para...* e *Entre Fronteiras*), é o diretor da Matrioska Filmes, no Rio de Janeiro. Formado em Economia e em Jornalismo, é mestre em Rádio e Televisão pela San Francisco State University, na Califórnia (EUA). No currículo, tem grandes reportagens e documentários independentes produzidos em diversas partes do mundo.

MARCÍLIO MORAES

Dramaturgo, com mais de 40 anos de experiência em teatro, televisão e literatura, já escreveu novelas de sucesso na TV Globo (*Roque Santeiro* — como coautor; *Sonho Meu*, *Mico Preto*, entre outras) e está há dez anos na Rede Record, onde assinou novelas e séries como *Vidas Opostas* e *A Lei e o Crime*. Além de

roteirista, é contista e romancista, tendo também atuado como professor, tradutor, revisor e crítico, por conta da sua formação em Letras.

MÁRCIO MOTOKANE

Coordenador de Núcleo do Canal Futura, Márcio também já atuou como coordenador artístico do canal, liderando campanhas e projetos importantes. É graduado em Cinema e pós-graduado em Direção de Arte para TV e Cinema. No mercado desde a década de 1990, já trabalhou como diretor, produtor, editor, roteirista e finalizador artístico na Band, HBO, Chile Filmes, Canal Brasil e Multishow.

RICARDO BOECHAT

Jornalista, com passagens pelos principais jornais do país (O Globo, O Dia, Jornal do Brasil e O Estado de São Paulo), atualmente é âncora do Jornal da Band e da Band News FM, trabalhos que já lhe conferiram alguns prêmios. Construiu uma sólida carreira no Grupo Globo, de onde foi demitido em 2001, por conta de complicações de ordem ética. Atualmente, é um dos jornalistas mais influentes do país.

RUBENS POZZI

Jornalista esportivo do canal ESPN-Brasil, no Rio de Janeiro. Já trabalhou em outros veículos de comunicação do país, como a Rede Paranaense de Comunicação, o Jornal Tribuna do Paraná, a Rádio Paraná e o Jornal O Estado. Na ESPN, atualmente, exerce também a função de editor-chefe.

SUSANNA LIRA

Após passar por importantes veículos de comunicação do país, como TV Globo, TV Cultura, TV Brasil, Canal Futura, GNT e Multishow, Susanna Lira hoje é diretora, roteirista, curadora e sócia da Modo Operante Produções, no Rio de Janeiro. Graduada em Publicidade e Jornalismo, com especialização em direção de documentários e pós-graduação em Direito Internacional e Direitos Humanos, é responsável pela direção e pelo roteiro de diversas produções, tais como *Porque temos esperança*

(TV Câmara); *Estrelas mudam de lugar* (Canal Futura); *Mulheres em luta* (GNT); *Levante* (Canal Futura), entre outras. Também dirigiu os documentários *Rio's red card* para a Al Jazeera.

THELMA GUEDES

Escritora e dramaturga, com quase 20 anos trabalhando como roteirista da Rede Globo, é autora de sucessos como *Cordel Encantado* e *Joia Rara*, escritas em parceria com Duca Rachid. É formada em Letras e mestra em Literatura Brasileira pela Universidade de São Paulo (USP). Tem vários livros e textos publicados. Antes de ser autora titular, trabalhou como roteirista e colaborou em diversas atrações da Rede Globo.

VIDA ALVES

Atriz e escritora, é uma das pioneiras da TV no Brasil. Desde 1995, faz parte da Associação dos Pioneiros, Profissionais e Incentivadores da Televisão Brasileira e está à frente do Museu da TV, em São Paulo. Como atriz, além de atuar em diversas produções, ficou famosa por ter sido a primeira a protagonizar um beijo heterossexual, em 1951, e um beijo homossexual, em 1963. Avó da cantora e compositora Tiê, Vida também trabalhou como professora em cursos sobre a importância de se comunicar bem.

WANDERLEY VILLA NOVA

Diretor com mais de 30 anos de experiência em TV, já trabalhou com Sílvio Santos, Gugu Liberato, Tom Cavalcante, Rodrigo Faro, entre outros. Hoje, dirige o *Melhor pra Você*, na Rede TV! No currículo, conta com dezenas de programas de sucesso, tais como *Ídolos Kids* (2012), *Mega Senha* (2010), *Show do Tom* (2006-2008), *Hoje em dia* (2005-2006) e vários outros.

APÊNDICE E – CRONOGRAMA DE GRAVAÇÃO DAS ENTREVISTAS

DATA	HORA	**DESTINO**
22 DE JULHO	14h	**AGÊNCIA NBS**
	18h	**MODO OPERANTE PRODUÇÕES**
23 DE JULHO	10h	**FUNDAÇÃO ROBERTO MARINHO**
	16h	**MATRIOSKA FILMES**
24 DE JULHO	9h	**CONSPIRAÇÃO FILMES**
	13h30	**ESPN**
	16h30	**ESCRITÓRIO DO AUTOR MARCÍLIO MORAES**
27 DE JULHO	9h	**GLOBO — ESCRITÓRIO DO LEBLON**
28 DE JULHO	9h	**REDE TV**
29 DE JULHO	9h	**FOX**
	14h	**RECORD**
30 DE JULHO	10h	**BOSSA NOVA FILMS**
	14h	**ESCRITÓRIO DA AUTORA THELMA GUEDES**
	17h	**ENTREVISTA COM LEO MADEIRA**
31 DE JULHO	10h	MUSEU DA TV
	17h	BAND

APÊNDICE F – ORÇAMENTO

SERVIÇO	VALOR
Hospedagem RJ/SP	R$ 2.400,00
Passagens aéreas	R$ 3.076,92
Transporte terrestre (aluguel de carros e serviço de motorista)	R$ 3.252,00
Alimentação	R$ 1087,00
Aluguel de equipamentos	R$ 175,00
Finalização (áudio e vídeo)	R$ 1.900,00
Impressões (Produção)	R$ 200,00
Impressões e encadernação (Pós-Produção)	R$ 100,00
Camisas	R$ 300,00
Brindes (canetas)	R$ 80,00
Publicidade em redes sociais	R$ 500,00
Mídias de DVD/CD	R$ 172,00
Capas de DVD	R$ 239,00
Impressão nas mídias dos DVD	R$ 150,00
Despesas com cartões e papéis	R$ 90,00
Despesas com Correios	R$ 315,00
TOTAL	R$ 14.036,00

APÊNDICE G – MODELO DE OFÍCIO – SOLICITAÇÃO DE APOIO

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ
Departamentos de Letras e Artes
Colegiado de Comunicação Social

UESC (Ilhéus-BA), ____/____/____

Assunto: Apoio para o documentário "**Programe-se**", trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC/ Ilhéus-BA).

Prezado,

É de conhecimento de todos a importância dos serviços prestados pela ______________________. Dada essa relevância, venho, por meio deste documento, solicitar a participação da sua marca como uma das apoiadores da proposta dos discentes Dilson Reis, Tcharly Briglia e Tainan Piantavinha, responsáveis pelo Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC/ Ilhéus-BA), intitulado "**Programe-se**". Trata-se de um produto de cunho educativo, que objetiva discutir as atuais configurações da programação televisiva, diante do desenvolvimento da internet e da interatividade proporcionada por este suporte. O propósito é apresentar o cenário atual sob o ponto de vista de quem produz televisão, por meio de depoimentos daqueles que estão envolvidos nas dinâmicas produtivas televisivas, investigando quais são as estratégias pensadas pelos profissionais deste meio diante do fenômeno da convergência.

As gravações destas entrevistas já estão confirmadas e acontecerão entre os dias 21 e 26 de julho, no Rio de Janeiro, e em São Paulo, de 27 a 31 de julho. A Rede Globo, o Canal Futura, a Rede Record, a RedeTV! e a agência NBS, entre outras agências e produtoras, já confirmaram a participação. De agosto de 2015 a fevereiro de 2016, os estudantes darão continuidade ao projeto, com a edição e finalização do documentário.

É válido salientar que, durante o curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-BA), os proponentes deste documentário cursaram diversas disciplinas sob a minha supervisão direta e apresentaram excelente desempenho nas atividades propostas, superando todas as expectativas. Posso afirmar, também, que demonstram comprometimento e competência para desenvolver a proposta apresentada, razão pela qual recomendo o projeto a ser desenvolvido sob a minha orientação.

A realização deste documentário implica em despesas com transporte, hospedagem, equipamentos, mão de obra e finalização com qualidade. Para isso, os estudantes precisam do apoio financeiro. A visibilidade que o documentário pode atingir dará um excelente retorno no que compete à visibilidade para a sua marca, como descrito no projeto executivo que segue junto a este ofício. Os realizadores estão trabalhando com cotas de apoio a partir de R$ 500,00. No entanto, todo apoio financeiro é bem-vindo, a fim de que a proposta seja realizada com qualidade.

Saliento que o documentário não tem fins lucrativos e, após a apresentação na universidade, será inscrito em eventos acadêmicos e, posteriormente, postado na internet, a fim de que se torne fonte de estudo e de informação para todos os interessados em TV. Concluo enfatizando a importância da temática apresentada na proposta "**Programe-se** – O Documentário", que evoca questões de interesse público, relacionadas às condições atuais de produção e consumo televisivos, e certamente, por serem questões atuais, são de interesse também desta marca.

Respeitosamente,

Karen Vieira Ramos

Professora da Área de Imagem —
Curso de Comunicação Social da UESC

APÊNDICE H – MODELO DE OFÍCIO – SOLICITAÇÃO DE ENTREVISTA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ
Departamentos de Letras e Artes
Colegiado de Comunicação Social

UESC (Ilhéus-BA), ____/____/____

Assunto: Participação da ______________ em Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC/ Ilhéus-BA)

Prezado,

Considerando a relevância da _________________________ para a televisão no Brasil, venho, por meio deste documento, solicitar a participação da emissora/produtora na proposta dos discentes Dilson Reis, Tcharly Briglia e Tainan Piantavinha, responsáveis pelo Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC/ Ilhéus-BA), intitulado "**Programe-se**". Trata-se de um produto de cunho educativo, que objetiva discutir as atuais configurações da programação televisiva, diante do desenvolvimento da internet e da interatividade proporcionada por este suporte. O propósito é apresentar o cenário atual sob o ponto de vista de quem produz televisão, por meio de depoimentos daqueles que estão envolvidos nas dinâmicas produtivas televisivas, investigando quais são as estratégias pensadas pelos profissionais deste meio diante do fenômeno da convergência. Caso sejam autorizadas, as gravações destas entrevistas estão previstas para julho de 2015, em emissoras de TV do circuito Rio-São Paulo.

É válido salientar que, durante o curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-BA), os proponentes deste documentário cursaram diversas disciplinas sob a minha supervisão direta e apresentaram excelente desempenho nas atividades propostas, superando todas as expectativas. Posso afirmar, também, que demons-

tram comprometimento e competência para desenvolver o projeto apresentado, razão pela qual o oriento e recomendo.

Concluo enfatizando a importância da temática apresentada na proposta “**Programe-se**”, que evoca questões de interesse público, relacionadas às condições atuais de produção e consumo televisivos, e certamente, por serem questões atuais, são de interesse também desta rede televisiva/produtora.

Respeitosamente,

Karen Vieira Ramos
Professora da Área de Imagem — Curso de Comunicação Social da UESC

APÊNDICE I – MODELO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM E VOZ

Pelo presente instrumento, **eu**, abaixo identificado, autorizo, graciosamente, aos estudantes Dilson Alves de Souza Reis Júnior, Tainan Maria Barbosa de Souza Piantavinha e Tcharly Magalhães Briglia a utilizar minha imagem e voz para fins de inserção no projeto intitulado **Programe-se, o documentário**, desenvolvido como trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social (Rádio e TV) da **Universidade Estadual de Santa Cruz**, situada no Km 16 da BR-415, Ilhéus-BA.

Reconheço expressamente que os realizadores, para o fim da produção da obra, na qual serão inseridas minha imagem e voz, poderão livremente das referidas obras dispor, bem como de seus extratos, trechos ou partes, dando-lhe qualquer utilização sem fins lucrativos e com objetivos educativos e culturais, sem que a mim caiba qualquer remuneração ou compensação, podendo, exemplificativamente, adaptá-la para fins de produção de obras audiovisuais novas, para fins de exibição em circuito cinematográfico, acadêmico, além de utilizá-la para matéria promocional em qualquer tipo de mídia, inclusive impressa, seja para fins de divulgação da referida obra, para a composição de qualquer produto ligado à mesma (tais como, mas não limitados, a capas de CD, DVD, "home-video", DAT, entre outros), assim como para a produção do "making of" da referida obra; fixá-la em qualquer tipo de suporte material, tais como películas cinematográficas de qualquer bitola, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc") e suportes de computação gráfica em geral, armazená-la em banco de dados, exibi-la através de projeção em tela em casas de frequência coletiva ou em locais públicos, sem ingresso pago, bem como serviços de vídeo "*on demand*".

Ademais, autorizo que os realizadores façam a dublagem e/ou legendagem da minha voz em qualquer língua, a título de divulgação da obra em outro país.

Nenhuma das utilizações previstas acima, ou ainda qualquer outra que pretendam os realizadores, cuja utilização foi autorizada através deste termo, tem limitação de tempo ou de número de vezes, podendo ocorrer no Brasil e/ou no exterior, sem necessidade de autorização específica ou que seja devida a mim qualquer remuneração ou indenização.

APÊNDICE J – MODELO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE LOCAÇÃO

Pelo presente instrumento, **eu,** abaixo identificado, na qualidade de responsável pelo imóvel situado à ________________________________ ____________________________, autorizo, graciosamente, aos estudantes Dilson Alves de Souza Reis Júnior, Tainan Maria Barbosa de Souza Piantavinha e Tcharly Magalhães Briglia a utilizarem imagens captadas na referida locação para fins de inserção das mesmas na obra audiovisual intitulada **Programe-se, o documentário**, desenvolvido como trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social (Rádio e TV) da **Universidade Estadual de Santa Cruz**, situada no Km 16 da BR-415, Ilhéus-BA.

Esta autorização inclui o uso de todas as imagens captadas no local supracitado, a exclusivo critério dos realizadores, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home video", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), bem como via Internet e para inclusão em kit educativo, e suportes de computação gráfica em geral, armazená-la em banco de dados, exibi-la através de projeção em tela em casas de frequência coletiva ou em locais públicos, sem ingresso pago, bem como serviços de vídeo "*on demand*", independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo e/ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior, sendo certo que o material cujo uso ora é autorizado destina-se à produção de obra intelectual organizada e de titularidade exclusiva dos realizadores, sem fins lucrativos e com objetivos meramente culturais, acadêmicos e educacionais.

________________, ____ de ______________ de 2015.

Nome: ________________________________

Assinatura: ________________________________

End.: ________________________________

CPF: ________________________________

APÊNDICE K – MODELO DE AUTORIZAÇÃO DE TRILHA MUSICAL

Pelo presente instrumento, **eu**, abaixo firmado e identificado, autorizo aos estudantes Dilson Alves de Souza Reis Júnior, Tainan Maria Barbosa de Souza Piantavinha e Tcharly Magalhães Briglia a utilizarem as minhas composições musicais produzidas sob encomenda para o projeto intitulado **Programe-se**, desenvolvido como trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social (Rádio e TV) da **Universidade Estadual de Santa Cruz**, situada no Km 16 da BR-415, Ilhéus-BA. O uso não tem limitação de tempo e/ou número de utilizações e exibições.

Esta autorização inclui o uso de toda a trilha musical da forma que melhor lhe aprouver, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "home vídeo", DAT ("digital audio tape"), DVD ("digital video disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta fechada e por assinatura, suportes de computação gráfica em geral, banco de dados, exibições através de projeção em tela em casas de frequência coletiva ou em locais públicos, sem ingresso pago, bem como serviços de vídeo "*on demand*", assim como sua disseminação via Internet e inclusão em kit educativo, independentemente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins, sem limitação de tempo e/ou do número de utilizações/exibições, no Brasil e/ou no exterior.

______________, ____ de ________________ de 2016.

Assinatura: ______________________________________

Nome: ______________________________________

End.: ______________________________________

CPF: ______________________________________

APÊNDICE L – CRÉDITOS

CRÉDITOS INICIAIS

Trabalho de conclusão de curso
Comunicação Social - Rádio e TV
Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus-BA)

apoio
FATOR 6 LOCAÇÃO DE VEÍCULOS
RATINHO TRANSPORTES
ÍCONE ÁUDIO E VÍDEO
EDITUS (EDITORA DA UESC)
CAFÉ RIO HOSTEL
ESCOLA CURUMIM
COROA AZUL – CACAU E CHOCOLATE
ITABUNA BRINDES

CRÉDITOS FINAIS

orientação
BETÂNIA VILAS BÔAS

coorientação
KAREN RAMOS

roteiro e produção
DILSON REIS
TAINAN PIANTAVINHA
TCHARLY BRIGLIA

direção do documentário e do programa
TCHARLY BRIGLIA

computação gráfica do documentário e do programa
DILSON REIS

identidade visual e diagramação do *e-book*
DILSON REIS

direção de fotografia e supervisão técnica
VICTOR BRASILEIRO

som direto
TAINAN PIANTAVINHA

assistentes de produção
OLÍVIA PRUDENTE
SILVANA BERILO

cinegrafistas
DILSON REIS
TAINAN PIANTAVINHA
VICTOR BRASILEIRO

edição do documentário
TCHARLY BRIGLIA
DILSON REIS

edição do programa
TCHARLY BRIGLIA

finalização do documentário e do programa
VICTOR BRASILEIRO

edição e desenho de som
DANLEY RODRIGUES
VICTOR BRASILEIRO

trilha musical
DANLEY RODRIGUES
VICTOR BRASILEIRO

auxílio à pesquisa
GLOBO UNIVERSIDADE

apoio institucional
ASSOCIAÇÃO DOS PIONEIROS, PROFISSIONAIS E
INCENTIVADORES DA TELEVISÃO BRASILEIRA (PRÓ-TV)
BAND
BOSSA NOVA FILMS
CANAL FUTURA
CONSPIRAÇÃO
ESPN BRASIL
FOX BRASIL
MATRIOSKA FILMES
MODO OPERANTE PRODUÇÕES

MUSEU DA TV
NBS (NOBULLSHIT)
REDE GLOBO
REDE RECORD
REDE TV!

agradecimentos
ADRIAN GREYCE
ALENCAR JÚNIOR
ALESSANDRA LAURENTINO
ANA ELISABETH AMARAL
ANA LUÍSA MENDES
ANDRÉ LIBONATI
ANTÔNIA SOUZA
ANTÔNIO FIGUEIREDO
AUGUSTO BRIGLIA
BEATRIZ BRIGLIA
BERNADETE PAES
BRISA AZIZ
BRUNO ALTIERI
BRUNO PINAUD
CAMILA FONSECA
CAMILA QUEIROZ
CAMILLA NOBRE
CARLOS QUEIROZ
CAROLINE LESSA
CECÍLIA SOBRINHA
CELIA MELO
CELSO ZUCATELLI
CLARICE SALIBY
CLÁUDIA AIED
CLÁUDIO PERALTA
DANIEL PRUDENTE
DAVI MELLO
DÉBORA GARCIA
DIANA ROCHA
EDMILSON COUTO
EDMILSON JÚNIOR
ÉLIDA ALVES
ELIETE SANTOS
EMIRON GOUVEIA
ERALDO FARIAS
ERIC SOUZA
ESCOLA CURUMIM

EULINA LAVIGNE
FELIPE FERRARI
FELIPE SÁ
FERNANDA ABIGAIL
FERNANDA SANTOS
FERNANDO OLIVEIRA
FLÁVIA LIMA
FRANCISCO BRIGLIA JÚNIOR
FRANCISCO CORREIA
FRANZ VACEK
GABRIEL SIQUEIRA
GILVANA COSTA
GLEICE SANTANA
GUILHERME ANDRADE
GUILHERME BOKEL
INSTITUTO NOSSA ILHÉUS
JACQUES ESKINAZI
JANAÍNA FERREIRA
JANAÍNA RIOS
JEAN PAUL FERRAZ
JOANA LEVY
JOICE LAURA
JOLIANE OLSCHOWSKY
JORNAL AGORA
JORNAL DA UESC
JOSÉ JÚNIOR
JUAN CRISAFULLI
JULI WEXEL
JÚLIA OLIVEIRA
JÚNIOR OLIVEIRA
KAREN RAMOS
KARINA SANTIAGO
KARLA BRAITT
KEYLA RAQUEL
LECUK ISHIDA
LEO MADEIRA
LETÍCIA VASCONCELOS
LIAMARA BARBOSA
LÍVIA GIANNINI
LUCAS BARRETO
LUCIANA BANDEIRA
LUÍS NACHBIN
MAIRA GODOY
MÁRCIA ESKINAZI

MARCÍLIO MORAES
MÁRCIO MOTOKANE
MÁRCIO ZAVAREZE
MARIA ANTONIÊTA MAGALHÃES
MARIA DO SOCORRO
MARIA EDUARDA VIANA
MARIA OLÍVIA FRANCO
MARIA RAFAELA DE ANDRADE
MARIA RITA PRUDENTE
MARIA SOCORRO PAES
MARINEIDE LEMOS
MATHEUS SOUZA
MIRNA TONUS
MITHER AMORIM
NAYARA MUNIZ
NILSON XAVIER
OLÍVIA PRUDENTE
PAULA NAKAHARA
PAULO FRANCO
PEDRO DE JESUS SILVA
R2CPRESS
RÁDIO E TV DA DEPRESSÃO
RAQUEL PRUDENTE
REINALDO JOVITA
REZIA LOPES
RICARDO BOECHAT
RITA ARGOLLO
RODRIGO BOMFIM
ROSE PAZ
RUBEM MACÁRIO DE MELO
RUBENS POZZI
SAMUEL BASTOS
SANDRA LAURENTINO
SANDRA SCHNEIDER
SILVANA BERILO
SIMONE BARBOSA
SUSANNA LIRA
TAYNÁ BORGES
TÉCNICA - UESC
THAINÁ GOMES
THELMA GUEDES
THIAGO ANDRADE
THIAGO DE MOURA
THIERRY BRITO

TINA MONTEIRO
TV UESC
VALDEMIR ALMEIDA
VERA PAES
VICTOR BRASILEIRO
VIDA ALVES
VIRGÍNIA GARBIN
WANDERLEY VILLA NOVA
YANARA OLIVEIRA
YARA MOREIRA
YESS CURSO DE IDIOMAS

fotografias do livro
OLÍVIA PRUDENTE
VICTOR BRASILEIRO
TAINAN PIANTAVINHA
LUCAS BARRETO

ANEXOS

ANEXO 1 – MODELO DE FICHA DE DECUPAGEM

Entrevistado (a): ______________________________

Arquivo	Entrada	Saída	Tema	Transcrição

ANEXO 2 – MODELO DE FICHA DE EDIÇÃO

Nº	ARQUIVO CÂMERA	TEMA/ BLOCO	TEMPO	ENTREVISTADO	CONTEÚDO

ANEXO 3 – FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE APOIO À PESQUISA – GLOBO UNIVERSIDADE

Formulário de Solicitação de Auxílio à Pesquisa – Globo	Nº:

Instruções:
A Globo auxilia pesquisadores regularmente matriculados em universidades e professores;
A emissora auxilia pesquisas preferencialmente relacionadas às suas áreas de atuação, por exemplo: telejornalismo, mídia, teledramaturgia, televisão, engenharia de telecomunicações, etc.
Para iniciar o processo de pesquisa, o solicitante deve juntar, a este formulário, ofício assinado pelo orientador do projeto, em papel timbrado da universidade, confirmando o objetivo da pesquisa e o vínculo acadêmico;
O solicitante deve preencher os campos abaixo com as principais informações do projeto de maneira sucinta e clara;
O solicitante deve destacar o atual estado da pesquisa, se já foi apresentada em anais de congresso, capítulos de livros ou outras informações que considerar relevantes;
O solicitante deve incluir um resumo, em português, do projeto com, no máximo, vinte laudas, apresentando os seguintes tópicos: introdução (caracterização do problema, questões, hipóteses); objetivos; argumentação teórica; justificativas; metodologia; cronograma das atividades; e referências;
Se a solicitação incluir entrevistas, indicar sugestões de profissionais e a lista das perguntas;
Se o pedido for referente a vídeos, descrever o material: nome do programa, período em que foi exibido e o episódio ou trecho que será analisado;
Conferir antecipadamente se as informações solicitadas não estão no site do **Memória Globo** (www.memoriaglobo.globo.com) ou em outros sites da emissora;
A análise da documentação leva aproximadamente 30 dias;
O preenchimento deste e dos demais documentos não garante a aprovação do apoio para a pesquisa;
Com a aprovação, será exigido do solicitante que assine o "Termo de Auxílio à Pesquisa". Só após a entrega deste termo assinado é que a pesquisa poderá ser iniciada.
Os documentos podem ser enviados por e-mail ou pelo correio.
Solicitamos que o pesquisador encaminhe uma cópia da dissertação ou tese para arquivo do Globo Unviersidade após apresentação à banca examinadora da sua universidade.

<table>
<tr><th colspan="4">Dados pessoais do solicitante</th></tr>
<tr><td>Nome:</td><td>Profissão:</td><td>Empresa:</td><td>Cargo:</td></tr>
<tr><td>Telefones:</td><td colspan="3">E-mail:</td></tr>
<tr><td rowspan="2">RG</td><td colspan="3">Endereço:</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>CPF</td><td colspan="3">CV Lattes (link):</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="2">Informações sobre o projeto</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Título:</td><td>Instituição:</td></tr>
<tr><td>Faculdade / Departamento</td></tr>
<tr><td>Curso:</td></tr>
<tr><td>Orientador:</td><td>CV Lattes do orientador:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Data máxima para finalizar a pesquisa com a Globo:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Indique o nível da pesquisa</td></tr>
<tr><td colspan="2">Descreva a área principal</td></tr>
<tr><td colspan="2">Acrescente até cinco subáreas</td></tr>
<tr><td colspan="2">Resumo (no máximo, 1000 caracteres):</td></tr>
<tr><td colspan="2">Objetivos (no máximo, 1000 caracteres):</td></tr>
<tr><td colspan="2">Material solicitado (descrever com, no máximo, 1000 caracteres):</td></tr>
<tr><td colspan="2">Informações relevantes (no máximo, 1000 caracteres):</td></tr>
<tr><th colspan="2"></th></tr>
<tr><td>(   ) Ofício da Faculdade</td><td>(   ) Resumo do Projeto</td></tr>
</table>

SOBRE OS AUTORES

TCHARLY BRIGLIA

É Licenciado em Letras (Inglês-Português) – UESC, 2011 – e Bacharel em Comunicação Social (Rádio e TV) – UESC, 2016. Atua como professor e coordenador pedagógico na rede particular de ensino da cidade de Itabuna. Foi bolsista de Iniciação Científica (2008-2010) pela FAPESB (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia), com pesquisas na área de literatura comparada, mitologia africana, gênero e música. Participou, em 2014, do projeto Geração Futura Universidades Parceiras (Canal Futura), produzindo interprograma para a exibição em rede nacional. Em 2015, retornou ao Canal para experiências de quarenta dias, atuando como um dos produtores dos projetos Geração Futura Educadores e Geração Futura Universidades Parceiras. Possui resenhas e artigos científicos publicados em revistas nacionais e internacionais. Em Audiovisual, atua na área de produção; roteiro para teatro, televisão, cinema e internet; direção e edição.

DILSON REIS

Graduado em Comunicação Social com ênfase em Rádio e Televisão (2015). Trabalha como designer gráfico, ilustrador e diretor de arte. Atuou como assistente de produção para a TV UESC (2012), designer gráfico na Editus — Editora da UESC (2013-2014) e vídeorrepórter para a TV UESC (2015). Possui experiência em produções audiovisuais, ilustração, direção de arte, *motion graphic designer*, programação visual e edição.

TAINAN PIANTAVINHA

Graduada em Comunicação Social (Rádio e TV) pela Universidade Estadual de Santa Cruz (2016). Cursa MBA em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais (Estácio de Sá). Bolsista de Iniciação Científica pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) nos projetos "Fiscal Grapiúna: Movimentação política e social através da cibercultura" (2013-2014) e "Mass Media, manifestações e gênero: um estudo sobre a mulher na 'grande mídia' brasileira"" (2014-2015). Participou do Geração Futura Universidades Parceiras (Canal Futura, 2015) e do Juventude Conectada (Instituto Paulo Montenegro — IPM, 2015). Tem publicações em revistas nacionais e internacionais e experiências em produções audiovisuais e comunicação no Terceiro Setor.

BETÂNIA VILAS BÔAS

Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (1996) e mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente pela Universidade Estadual de Santa Cruz (2004), especialista em Comunicação Educacional pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Professora efetiva da Universidade Estadual de Santa Cruz e coordenadora do projeto de extensão Circuito Interno de TV — TV UESC. Doutora em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), na cidade de João Pessoa. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Televisão e Vídeo, atuando principalmente nos seguintes temas: Televisão e Educação, Telejornalismo, Documentário, Cultura, Jornalismo, e também trabalha com temáticas sobre Formação Universitária, Educação Popular e Extensão Popular.

CONTATO

SITE
http://programese.wix.com/oficial

E-MAIL:
docprogramese@gmail.com

PERFIL NO INSTRAGRAM
https://instagram.com/docprograme_se/

CANAL NO YOUTUBE
https://www.youtube.com/channel/UC8lmFuRPJWVdQ_k-VVXXgaQ

PÁGINA NO FACEBOOK
https://www.facebook.com/programesedoc/